MODERASI DI RUANG DIGITAL

Studi Netnografi dalam Postingan Akun Gus Baha, Ma'ruf Khozin Ilham Humaidi

Arimah | Risqiatul Hasanah
Nur Falikhah | Siti Khodijah

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

MODERASI DI RUANG DIGITAL

Studi Netnografi dalam Postingan Akun
Gus Baha, Ma'ruf Khozin, Ilham Humaidi

Tim Penulis

Armiah
Risqiatul Hasanah
Nur Falikhah
Siti Khodijah

PENA CENDEKIA

MODERASI DI RUANG DIGITAL
Studi Netnografi dalam Postingan Akun
Gus Baha, Ma'ruf Khozin, Ilham Humaidi

Copyright © 2023 by Pena Cendekia Pustaka
All Right Reserved

Penulis: Armiah, Risqiatul Hasanah, Nur Falikhah, Siti Khodijah
Editor : Dr. H. M.Abduh, MA
Desain Cover : Ahmad Zaini
Penata Letak : Siti Nofiyani

Diterbitkan oleh Pena Cendekia Pustaka
Anggota IKAPI No. 379/JTI/2023
Jl. Jemur Wonosari 140 – Surabaya 60237
Website: www.penacendekia.com
E-mail: pena_cendekia@yahoo.com
Telp. +62 85 7855 222 83

xviii + 119 hlm, 15.5 x 23 cm

ISBN:

Tahun Terbit: Cetakan Petama, 2023

© HAK CIPTA DILINDUNGI OLEH UNDANG-UNDANG.
Dilarang mengutip atau memperbanyak Sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.
All rights reserved.

KATA SAMBUTAN

Koordinator Pusat Penelitian Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin Tahun 2023

Alhamdulillah, segala puji syukur senantiasa kita selalu panjatkan ke hadirat Robb kita, Allah Swt, yang menciptakan kita, Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Dia yang Maha Esa dan Tiada Tuhan yang patut disembah melainkan Dia.

Sholawat dan salam selalu kita haturkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Saw, juga kepada keluarga beliau, para sahabat beliau, zuriat beliau, serta umat beliau yang setia hingga hari kiamat. Aamiin Yaa Robbal Aalamiin.

Sumbangsih LP2M yang ada pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) terhadap ilmu pengetahuan sangat luar biasa. Dulu para akademisi kampus kalau ingin melakukan penelitian harus mengajukan proposal ke lembaga donor luar negeri namun sekarang cukup ke LP2M.

Anggaran penelitian dan pengabdian masyarakat yang diterima LP2M pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) dari berbagai sumber pendanaan pertahun setidaknya mencapai 100 Milyar. Oleh karena itu, dana yang cukup besar ini harus bisa dirasakan manfaatnya bagi rakyat Indonesia. Anggaran 100 Milyar itu kalau diwujudkan bangunan fisik misalnya, manfaatnya langsung lebih terasa bagi masyarakat.

Pertanyaannya, bagaimana dengan hasil manfaat penelitian pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) pada saat ini, khususnya pada lembaga kita sendiri? Bagaimana dengan hasil penelitian kita, apakah hasil penelitian kita tersebut dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh warga di sekitar kita? Apakah dengan dana puluhan juta yang kita terima itu bisa

berkontribusi langsung dan bisa dimanfaatkan dalam dunia industri? Tentu pertanyaan pertanyaan sederhana ini hanya bisa kita masing-masing peneliti (awardee) tahun 2023 dan tahun-tahun sebelumnya yang bisa menjawabnya.

Kami berharap, kedepannya, output dan outcome dari hasil penelitian ini semakin berkualitas dan bukan hanya bermanfaat bagi peneliti itu sendiri, misalnya artikelnya berhasil terbit di jurnal internasional bereputasi tetapi juga bermanfaat untuk semua kalangan, baik kalangan atas, menengah, bahkan kelas bawah, sehingga keadilan sosial dan kesejahteraan bisa dirasakan oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Aamiin.

Banjarmasin, 12 Oktober 2023
Koordinator,

Dr. Adi Ansari, M.Pd.I
NIP. 19870201 201903 1 005

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi rabbil ala'miiin, kami penulis sangat bersyukur kehadirat Allah SWT yang karena izin-Nya, perkenan-Nya (masyi-ah), pertolongan-Nya (ma'unah) dan petunjuk-Nya (hidayah) buku berjudul, Moderasi Di Ruang Digital, Ekspresi Netizen Postingan Akun Gus Baha, Ma'ruf Khozin, Ilham Humaidi, dapat terbit dengan baik dan berada di tangan pembaca saat ini.

Rasa syukur dengan untaian kalimat zikir ini rasanya masih kurang tanpa rangkaian rasa terimakasih yang penulis haturkan keharibaan baginda Rasulullah Muhammad Saw. Ungkapan rasa syukur dan terimakasih disampaikan sedalam-dalamnya sebagai bentuk penghormatan dan pengakuan atas jasa beliau yang selalu menjaga dan mencintai ummatnya. Penulis haturkan semoga shalawat beriring salam senantiasa mengiringi Rasulullah beserta keluarga, sahabat, mujahid-mujahidah.

Islam adalah agama rahmatan lil alamin bagi semua makhluk. Penganutnya diharapkan selalu menebarkan perdamaian dan manfaat bagi sesama. Berpegang pada dan mengamalkan prinsip-prinsip moderasi seperti tawasuth (mengambil jalan tengah), tawazun (terus menerus), I'tidal (lurus dan adil), tasamuh (toleransi), musawah (egaliter) dan syura (musyawarah) islah (reformasi) aulawiyah (mengutamakan prioritas), tathawur wa ibtikar (dinamis dan inovatif).

Namun, kenyataan menunjukkan adanya kelompok dan individu yang justru menunjukkan perilaku sebaliknya. Mereka memiliki paham dan gerakan yang radikal dan ekstrem, fanatisme atas nama agama. Hal yang paling mengkhawatirkan adalah paham radikalisme tidak hanya datang dari kalangan masyarakat biasa,

tetapi juga banyak dari kalangan generasi muda termasuk mahasiswa dari perguruan tinggi.

Oleh karena itu, buku ini hadir dihadapan Anda sebagai wujud kepedulian kami terhadap maraknya penggunaan media digital sebagai media keberpihakan netizen terhadap isu moderasi beragama, yang mengusung sikap netral, tidak memihak, bahkan mampu menekan suara-suara negatif tentang pengalaman ajaran Islam.

Keberhasilan buku ini tentu tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah melakukan pelayanan dalam proses penyelesaian buku ini. Semoga segala jasa dan kebaikan mereka diterima dan dijadikan ibadah di sisi Allah SWT.

—

DAFTAR ISI

KATA SAMBUTAN—i
KATA PENGANTAR—iii
SEKAPUR SIRIH—vii
PRAKATA—viii

BAB I DAKWAH—1
A. Ta'rif Dakwah—1

BAB II MEDIA DAKWAH—5
A. Esensi media Dakwah—6
B. Kategori Media Dakwah dan Spesifikasinya—8
C. Pemilihan Media Dakwah—14
D. Media Digital—15
E. Media Sosial—16

BAB III MODERASI BERAGAMA—19
A. Pengertian Moderasi Beragama—19
B. Indikator Moderasi Beragama—21
C. Prinsip Moderasi Beragama—23
D. Moderasi Beragama di Ruang Digital—26

BAB IV INTERAKSI SIMBOLIK—31

BAB V NETNOGRAFI—33
A. Apa Itu Netnography dan Ethnography? —33
B. Komunitas Online dalam Teropong Netnografi—34
C. Pendekatan Netnografi dalam Ranah Penelitian—36
D. Karakteristik Riset Netnografi—38
E. Prosedur Analisis Netnografi—39

BAB VI ANALISIS SIBER MEDIA—40
A. Media Digital dari Aspek Industri—41
B. Media Digital dari Aspek Khalayak—41
C. Implikasi Media Digital—42
D. Media Siber—43
E. Ruang Media *(*Media *Space)* —44
F. Dokumen Media (Media *Archive*) —45
G. Objek Media (Media *Object*) —45
H. Pengalaman *(Experiential Stories)* —46

BAB VIII INTERAKSI PENGGUNA AKUN PADA MATERI DAKWAH GUS BAHA, KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI—47
A. Akun Gus Baha—47
B. Akun Ma'ruf Khozin—66
C. Akun Ilham Humaidi—83

BAB IX PEMAKNAAN TEKS DAN KONTEKS DI AKUN MEDIA SOSIAL GUS BAHA. KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI—93

BAB X ANALISIS BUDAYA DALAM NASKAH AKUN GUS BAHA, KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI—97

BAB XI SIMPULAN—100

DAFTAR PUSTAKA—103
BIOGRAFI PENULIS—115

SEKAPUR SIRIH

Bangsa yang baik selalu mengutamakan kesejahteraan warganya. Seperti ketersediaan akses pendidikan berkualitas, perawatan kesehatan, dan kebutuhan primer. Bangsa yang menghargai warganya juga mengutamakan keselamatan dan keamanan warganya. Negara yang baik adalah negara yang mempromosikan kesetaraan dan keadilan bagi semua warganya, terlepas dari ras, jenis kelamin, atau status sosial ekonominya. Dengan menciptakan masyarakat yang adil, suatu bangsa dapat memastikan warganya memiliki kesempatan berkontribusi pada keberhasilan negara.

Muara semua itu, ada pada terciptanya integrasi bangsa. Upaya yang ditempuh dapat dilakukan menjaga keberagaman dengan merajut integrasi lewat penelusuran suara hati Umat. Dalam konteks sosial maupun dialog intens sosial media. Tantangan dalam mewujudkan hal ini tidaklah mudah, karena beda pandangan. Apalagi kontestasi daring dalam komunitas muslim masih akan terus muncul. Khususnya akun-akun yang mengusung genre moderasi beragama. Hal ini semakin menarik perhatian karena pemilik atau pengelola akun itu seringkali individu yang kapasitas agamanya mumpuni.

PRAKATA

Teknologi selalu berkembang dinamis bergerak menuju pada kemudahan dan kemanfaatan bagi penggunanya. Lewat jaringan internet, media online memberi manfaat besar karena mampu menyesuaikan perubahan seperti kemudahan berkomunikasi secara global, menjalin persahabatan, berkreasi, membuka wawasan berpikir, tentunya dengan efisiensi biaya. Selain bebas tanpa batas ruang dan waktu, komunikasi yang terjadi juga meniadakan jarak. Imbasnya, kehadiran media sosial telah menciptakan ragam pola interaksi. Sangat pas jika peneliti berkaca pada (Nasrullah, 2018) yang menyatakan media sosial adalah media yang digunakan pengguna untuk merepresentasikan diri atau berinteraksi, berkomunikasi, berbagi, dan berkolaborasi antar users dalam ruang sosial virtual. Di sini terlihat bahwa media sosial bukan sekedar menyampaikan dan menyalurkan informasi, namun sampai pada berbagi inspirasi dan ekspresi diri.

Interaksi yang terjalin pada ruang digital ini juga semakin berkembang seiring upaya manusia dalam mengekspresikan keinginan dan pemenuhan kebutuhannya. Sebagian orang telah menggunakan sosial media dalam menyebarkan nilai-nilai Islam atau dakwah. Lewat karakteristiknya tadi, media sosial menyediakan informasi Islam, sekaligus membagikan kepada *user* yang ingin memperdalam pemahamannya akan konten Islam. Berkaca pada hasil riset (Adel & Numan, 2023; Aripudin et al., 2022) bahwa dakwah di media sosial semakin efektif. Pendakwah dapat memaksimalkan dengan pendekatan personal agar netizen mudah memahami konten dakwah.

Dudung Abdul Rohman, juga menguatkan hipotesis peneliti lewat risetnya yang menyatakan dakwah melalui media sosial semakin efektif jika memperhatikan pola interaksi sosial, pola

persuasif, ethos dan daya tarik pendakwah secara maksimal. Hasil risetnya (Rohman, 2019) menyatakan lewat implementasi pola-pola tersebut, pendakwah sekelas ustadz Abdul Somad, Adi Hidayat, dan Evie Effendi, memperoleh hasil yang menggembirakan dalam pelaksanaan dakwah di media sosialnya. Sementara studi pada Akun Instagram sebagaimana dinyatakan Rozanna (Mulyani et al., 2023; Rosid, 2020) @kajian.ustadz.abdulsomad secara massif terbukti mampu membuat inovasi dan kreasi dalam mengolah informasi mengenai ajaran agama kepada para pemeluknya.

Keefektifan dakwah lewat media sosial ini akan semakin terasa manakala pelaku dakwah secara jeli merangkul umatnya lewat pendekatan kultural. Dalam sejarah perkembangan Islam di tanah air, ulama menyebarluaskan pesan rahmatan lil 'alamin di sepanjang bumi khatulistiwa lewat mekanisme perdagangan, dakwah bil hal, perkawinan, pendidikan dan kultural. Sinergi kelima pendekatan ini memudahkan penerimaan Islam di Indonesia dibanding agama lain (Permatasari, Hudaidah, 2021; Syafrizal, 2015). Ikhtiar ini jika ditambah dengan penguasaan peta dakwah dan pemahaman terhadap karakter masyarakat serta pemilihan metodologi dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang sempurna. Dalam survei awal ini, peneliti melihat mayoritas pendakwah telah menggunakan perspektif budaya setempatnya di dalam merangkul mad'unya. Hal ini sejalan dengan pemikiran Masykur, Hidayat (Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri, 2018; Zainuri, 2021). Mereka berpendapat cara bijak dalam merubah peradaban umat adalah lewat seni dan budaya Islam.

Penempatan ruang budaya di bejana dakwah digital menjadi urgensi manakala mengaitkan sasaran dakwah saat ini adalah mayoritas kaum muda. Bonus Demografi yang sedang dialami penduduk Indonesia, mengakibatkan pelaku dakwah harus segera memutuskan metode apa yang tepat dalam merangkul kaum muda. Berdasarkan Sensus Penduduk 2020, prosentase 71 persen usia

produktif (15-64 tahun) penduduk Indonesia yang mencapai 270 juta lebih ini layak direkomendasikan pendekatan kultural sebagai basis strategi berdakwah zaman now secara nasional. Senada dengan tesis tersebut, Imanuddin (Dudy Imanuddin Effendi et al., 2022; Harahap, 2022) lewat studinya menemukan pemikiran baru dalam perspektif komunikasi Islam, yakni pendekatan dakwah pada Generasi Z yang paling menonjol saat ini adalah dakwah kultural lewat media sosial. Di akhir risetnya Arif (Ahuja & Grover, 2023; Chang & Chang, 2023) mengatakan menyimpulkan kontribusi internet dalam mengkonstruksi identitas keislaman, mampu mendorong keimanan, menggeser pemahaman tentang Islam, memadukan bentuk praktik dakwah dari tradisional maupun baru, serta membangun interaksi baik secara daring ataupun luring. Internet bagi Generasi Z ditempatkan sebagai bagian dari kehidupan mereka, dan menjadi bagian sumber informasi, khususnya dalam mendapatkan informasi pemahaman terkait Islam.

Efektivitas dan penyebaran dakwah secara kultural masih memerlukan pijakan implementasi yang nyata lewat kebijakan pemangku kepentingan. Dalam hal ini perguruan tinggi, sebagai basis penggodokan ilmu pengetahuan perlu menyatukan sikap agar sejalan dengan realitas faktual masyarakat. Lewat salah satu studinya Zulfikar (Zulfikar, 2022) menegakan memasuki era digital ini sewajarnya konsep dakwah yang normatif, tekstual dan kaku mulai dielaborasi secara empiris, kontekstual dan dinamis. Apalagi realitas sosio-kultural yang mengitari dakwah telah mengalami pergeseran. Bahkan menurut Zulfikar dalam meneropong dakwah (digital) tidak cukup lewat perspektif kajian output, dimana dakwah memiliki hasil atau pengaruh terhadap lingkungan, sekaligus dasar filosofis, arah, dorongan dan pedoman perubahan masyarakat sampai terbentuknya realitas sosial baru. Dakwah hendaknya juga dikaji lewat eksistensi, corak dan arahan perubahan masyarakatnya. Di mana sistem dakwah lebih terbuka

terhadap penyesuaian dan dinamika perubahan masyarakatnya. Eksistensi dakwah Islam seringkali bersentuhan dan bergelut dengan realitas yang mengitarinya secara empiris dan kontekstual. Perubahan status IAIN menjadi UIN juga turut membuka peluang transformasi sebagai pemenuhan tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta memaksimalkan proses integrasi ilmu Agama Islam dengan ilmu eksak dan sosial lainnya. Keberadaan UIN di tengah masyarakat dunia akhirnya tidak bisa dipandang sebelah mata lagi.

Era digital ini juga mengharuskan perguruan tinggi untuk beradaptasi dan responsif terhadap perubahan masyarakat sekitarnya. Inovasi dakwah digital hendaknya menjadi lokomotif bagi sivitas akademika dalam menuangkan ide gagasan baru tentang pendidikan, riset dan pengabdian masyarakat. Dalam dunia digital menurut Jaelani (Ngafifi, 2014; Sulistyaningtyas et al., 2012), orang dan proses serta hal-hal lainnya saling berkaitan dan berhubungan sehingga tidak ada keraguan bahwa digital memberdayakan orang dalam interaksi dan merubah kondisi serta tatanan masyarakat yang sudah mapan termasuk institusi pendidikan tinggi.

Lewat riset kali ini peneliti berharap akan terbangun *growth mindset* yang melejitkan UIN Antasari Banjarmasin dan UIN KHAS Jember bersaing dalam meraih predikat unggul utamanya pada riset kekinian dalam kolaborasi antar perguruan tinggi Islam. Transformasi membentuk kembali sifat alami pendidikan tinggi dalam penyampaian dan penerimaan knowledge yang sempurna.

Sebagai wadah berinteraksi di dunia maya, media sosial lewat ragam platformnya terus berkembang dan masif. Tiap tahunnya, users di Indonesia naik secara signifikan. *We Are Social* melaporkan pengguna aktif jejaring sosial di Indonesia sebanyak 204,7 juta per 15 Februari 2022. 139 juta pengguna youtube, 99,15 juta Instagram aktif, 92,07 juta pengguna tiktok, dan facebook 28,40 juta (Kemp, 2022).

Angin segar yang dihembuskan teknologi lewat dakwah kultural di media sosial, tentunya juga mengandung konsekuensi negatif, dan pelaku dakwah harus menyadari hal tersebut. Karenanya dalam riset kali ini, peneliti juga ingin mengupas sejumlah kekhawatiran tersebut. Karena konten pesan dakwah meskipun dalam kacamata keilmuan sangat bermanfaat, bisa jadi dalam implementasi di lapangan disalahgunakan bagi kepentingan sebagian pihak yang ingin melakukan komodifikasi agama dalam ruang publik. Seperti penyebaran berbagai paham ideologi yang tidak sesuai dengan suatu negara lewat media online, akses situs yang tidak layak diakses oleh pengguna di bawah umur, serta banyak kekhawatiran lainnya.

Hal ini sudah diperingatkan oleh (Zaid et al., 2022). Hal serupa dikatakan (Franco-López & Vargas-Motato, 2022; Monacho & Slamet, 2023). Mereka menyatakan kemunculan generasi digital ini akan berimbas pada nilai, sikap, kepribadian, dan gaya hidup. Hal serupa dikatakan (Leonhardt et al., 2022; Straubhaar et al., 2019; Zuhri, 2021). Generasi digital khususnya pada kelas menengah berdampak pada dominasi konstruksi budayanya sendiri akibat terpaan informasi yang didapat, pilihan gaya hidup, dan tren konsep sosial, politik dan budaya yang erat kaitannya dengan pola kehidupan masyarakat global yang condong ke arah neoliberalisme.

Generasi digital khususnya di kelas menengah berdampak pada dominasi konstruksi budayanya sendiri akibat terpaan informasi yang didapat, pilihan gaya hidup, dan tren konsep sosial, politik dan budaya yang erat kaitannya dengan pola kehidupan masyarakat global yang condong ke arah neoliberalisme. Tentunya dampak ini digital bagi kaum muda ini sangat mengkhawatirkan, apalagi nilai-nilai keindonesiaan yang sudah tertanam dengan baik tidak diantisipasi dengan dukungan prinsip-prinsip agama yang kokoh, akan menyebabkan goyahnya sendi-sendi keimanan kaum muda. Inilah tantangan di era *post truth* yang harus dihadapi.

Perputaran informasi dan pengetahuan yang sangat tinggi di dunia maya harus diimbangi mekanisme tabayyun oleh kawula muda agar imbas nilai pragmatis yang ditawarkan bisa diurai.

Peneliti berpendapat salah satu ikhtiar mengurangi efek negatif sosial media bagi generasi muda adalah membentuk komunitas dan kolaborasi semua pihak. Keberadaan dai-dai pada akun instagram, facebook dan youtube menjadikan aktivitas dakwah juga semakin menggembirakan. Menjamurnya media dakwah digital dalam merangkul umat menjadi indikator pembentukan kehidupan sosio-kultural baru di masyarakat. Studi (Rohman, 2019) mengisyaratkan hal tersebut, lewat hasil yang menyatakan media sosial menjadi menu harian penggunanya dalam mengakses konten Islam. Penelitian tentang kecenderungan masyarakat baru yang sudah dimanjakan dalam spiritualitasnya menjadi state of the art dalam penelitian ini karena kehadiran ustadz-ustadz dalam dunia digital telah mampu mengurgensikan pengembangan dakwah lewat pemanfaatan dan pengelolaan fitur-fiturnya.

Seiring lajunya penggunaan media sosial di Indonesia, memunculkan fenomena baru salah satunya yang berekses positif adalah dakwah di media sosial yang semakin diminati masyarakat, khususnya kaum muda. Kehadiran teknologi menjadi angin segar dalam ikhtiar mengawal kebenaran Ilahiah di muka bumi. Kehadiran teknologi menjadi angin segar dalam ikhtiar mengawal kebenaran Ilahiah di muka bumi. Dalam *frame* pelaku dakwah mengelola website Islam sudah tidak bisa ditawar lagi. Peran pengelola website Islam menjadi hal yang urgen bagi para ulama. Apalagi penyampaian materi dakwah dapat diperluas karena jangkauan objek dakwah tidak terbatas.

Ada banyak platform yang mampu menguatkan pemahaman keagamaan bagi kaum muda, yang juga dikelola oleh ustadz-ustadz muda juga. Kesamaan usia ini menjadikan pendakwah dan sasaran dakwah lebih menguntungkan dari aspek homogenitas. Saat ini,

ustadz Adi Hidayat, ustadz Abdul Somad, Gus Mus, Gus Miftah, Gus Baha, Buya Yahya, ustadz Basalamah, Ustadz Hanan Attaki dan pendakwah lainnya, telah menggunakan sarana dakwah digital. Secara kelembagaan NU, Muhammadiyah, dan organisasi keagamaan lainnya telah merangkul dakwah digital. Dalam risetnya (Hakim & Aziz, 2020; Muvid, 2023) menyatakan pola dakwah digital Nahdlatul Ulama bisa terlihat lewat tausiyah Gus Baha, Gus Miftah, Gus Muwaffiq, dan Gus Ma'ruf Khozin di akun media sosial.

Salah satu ustadz kalangan Nahdliyin yang sedang mengemuka dan mengisi tren dakwah kaum muda yang haus akan pendekatan berbeda adalah KH Ahmad Bahauddin Nursalim. Berdasarkan observasi sementara, jamaah mendengarkan ceramah Gus Baha karena cara penyampaiannya yang simpel, sederhana, cara berpikirnya seperti cara berpikir *wong ndeso* yang mudah dicerna, *ga neko-neko*, *ga ruwet* dan *out of the box*. Penampilannya pun sangat sederhana, baju putih, peci hitam yang dipakai agak ke belakang, dan kain sarung menjadi ciri kesederhanaan yang melekat pada seorang Kyai Besar asal Rembang ini. Melalui kanal YouTube Santri Gayeng, video ceramah ulama asal Jawa Tengah ini mencapai 57 ribu *views.* Lewat tausiyahnya yang menyenangkan, sesekali menggunakan gaya khasnya berbahasa jawa dalam memandang persoalan agama.

KH. Ma'ruf Khozin merupakan Kyai dari Jawa Timur yang di dalam akun facebooknya, beliau giat menyampaikan tatanan Islam yang moderat. Menghindari ekstremisme dalam memahami Islam selalu beliau gaungkan. Postingan-postingan beliau dalam menjawab isu-isu agama yang gencar ditudingkan oleh para kaum radikalis mampu dikupas tuntas dengan jawaban yang beliau tafsirkan dari beberapa kitab klasik karya ulama besar. Hal ini tentunya menjadi solusi dalam mengatasi paham keagamaan radikal atau dalam memahami berbagai gerakan radikal di kalangan milenial yang bermuara dari akses terhadap media sosial.

Di tingkat lokal, ulama Banjarmasin yang juga memiliki kharisma tersendiri adalah Ustadz KH. Ilham Humaidi. Selain, majelis As-Shofa, guru Humaidi sejak 2013 telah mengaktifkan media sosial sebagai penunjang dakwahnya. Pembekalan ilmu media guna meningkatkan kemampuan teknologi multimedia telah dilewati tim as shofa. Inovasi media untuk kegiatan dakwah ini akhirnya dikembangkan lewat platform media sosial Instagram, YouTube dan facebook resminya yang bertajuk majelis asshofa. Pengelola media kreatif majelis asshofa juga memaksimalkan kapasitasnya lewat dakwah online yang menyajikan konten-konten penuh inspiratif disertai kreatifitas. Beberapa di antaranya adalah mahasiswa UIN Antasari yang memilih mengabdikan diri sebagai tim official as shofa, sembari menimba ilmu agama. Hingga saat ini channel YouTube majelisas-shofabanjarmasin, akun Instagram @majelisasshofa, dan fanpage Facebook majelista'limasshofa tetap konsisten melakukan aktivitas live streaming pada saat kajian rutin dari Ustadz H.Ilham Humaidi berlangsung di majelis.

Fenomena ini menjadi sebuah budaya baru di sosial media dan memperluas partisipasi masyarakat dalam menggali, memahami dan menyebarluaskan kembali pesan dakwah di medsos. Nilai-nilai Islam yang berhaluan ahlussunnah wal Jama'ah menjadi pedoman dan motivasi dalam kehidupan sehari-hari umat. Adapun akun @majelisasshofa, @gayengco dan Ma'ruf Khozin merupakan jawaban gerakan Islam yang nasionalis, humanis, religius yang dikemas secara humoris sebagai penyeimbang citra dakwah di media sosial yang sebelumnya sarat akan isu radikalis serta ekstrimis. Selain itu, akun @majelisasshofa, @gayengco dan Ma'ruf Khozin memiliki karakteristik media sosial yang ditujukan sebagai media dakwah. Di mana eksistensi akun tersebut telah ada dalam hitungan tahun. Peneliti tertarik melihat bagaimana tausyiah para pemuka agama tersebut menjadi bahan rujukan, sandaran hukum bahkan pedoman manakala mereka membicarakan agama pada komunitas maya maupun komunitas nyata. Diharapkan akan

muncul gambaran yang utuh dari interaksi pengelola akun dalam lingkup lokal dan nasional yang dapat mewakili keterwakilan users setanah air. Karenanya, peneliti sangat tertarik untuk melihat terbentuknya budaya baru (netnografi) pada media dakwah digital sekaligus memperluas partisipasi masyarakat dalam berdakwah.

BAB I
DAKWAH

Islam sangat identik dengan dakwah, bahkan islam dapat disebut dengan agama dakwah yang berarti agama yang mengutamakan umatnya untuk menyebarkan atau mensyiarkan kebaikan.1 penyebaran agama islam melalui cara yang damai dan tidak ada kekerasan sedikitpun di dalamnya. Meskipun dalam sejarah kebudayaan islam terdapat proses peperangan yang namun hal tersebut bukan untuk menyebarkan agama iskam dengan kekerasan melainkan membela diri dan melindungi masyarakat islam dari penindasan penguasa tirani. Oleh karena itu, pembahasan tentang dakwah dimulai dari pengertiannya, baik secara bahasa maupun istilah karena sangat penting, agar tidak ada kesalahpahaman dalam memahami dakwah seutuhnya.

A. Ta'rif Dakwah

Dalam konteks akademik, dakwah merupakan konsep yang memiliki makna yang sangat luas. Dakwah dapat diartikan sebagai perjuangan atau upaya untuk menyebarkan ajaran agama Allah SWT. Di masyarakat Indonesia, dakwah seringkali dikaitkan dengan kegiatan-kegiatan keislaman seperti pengajian, khotbah, dan aktivitas lain yang memiliki makna yang lebih sempit. Sebagai akibat dari pemahaman yang lebih sempit ini, konsep dakwah mengalami penyempitan makna.

Kita dapat mengilustrasikan fenomena yang terkait dengan dakwah, meskipun mungkin tidak terlihat sebagai dakwah oleh masyarakat awam. Sebagai contoh, seorang dokter yang memberikan perawatan medis kepada pasien, saat memberikan suntikan, mengucapkan basmalah, dan ketika memberikan resep,

dokter menyatakan bahwa tindakan medis yang dilakukan hanyalah upaya manusia semata, dan kesembuhan sepenuhnya bergantung pada kehendak Allah. Oleh karena itu, pasien diharapkan untuk selalu berdoa dan tawakal kepada Allah setelah menerima perawatan medis.

Meskipun tindakan yang dilakukan oleh dokter terlihat sederhana, bagi pasien, ini merupakan pengingat untuk kembali mendekatkan diri kepada Allah. Dengan demikian, dokter tersebut sebenarnya telah melakukan dakwah melalui profesinya, yaitu dengan mengingatkan pasien akan ketergantungan pada Allah dalam segala hal, termasuk dalam upaya penyembuhan medis.

Ditinjau dari segi bahasa (etimologi), kata dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu:دعا (*da'a*) adalah *fi'il madhi,* yaitu kata kerja masa lalu. Kata *da'a* memiliki arti: memohon, meminta, berdoa, dan memanggil. يدعو (yad'u) adalah *fi'il mudhori'* yaitu perbuatan sedang atau akan dilaksanakan. Kata *yad'uw* yang berarti panggilan, ajakan, seruan. دعوة (*da'wah*) adalah *isim masdar* (*infinitive*). Kata ini memiliki arti doa dan dakwah. . ادع (*ud'u*) adalah *fi'il amr* yaitu bentuk perintah. Kata *ud'u* memiliki arti serulah. Berdasarkan QS. Nuh ayat 8 perintah dakwah dapat dilihat sebagai berikut:

ثُمَّ إِنِّي دَعَوْتُهُمْ جِهَارًا

Artinya: "*Kemudian sesungguhnya aku telah menyeru mereka (kepada iman) dengan cara terang-terangan*."

Para ulama dan ahli memberikan berbagai definisi untuk konsep dakwah. Dalam istilah (terminologi) yang beragam ini, beberapa definisi yang relevan antara lain:

a. Syekh Ali Mahfudz, dalam "Hidayatul Mursyidin," mendefinisikan dakwah sebagai upaya untuk mendorong manusia melakukan kebajikan, mengikuti petunjuk agama, dan menyeru mereka pada kebaikan serta mencegah

perbuatan munkar guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat (Syeikh Ali Mahfudz, 1970).

b. HSM. Nasaruddin Latif, dalam bukunya "Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah," mendefinisikan dakwah Islamiyah sebagai aktivitas dengan lisan dan tulisan yang mengajak manusia untuk beriman dan mentaati Allah SWT, sesuai dengan aqidah, syariat, dan akhlak Islamiyah.

c. Prof. Dr. H. Aboebakar Atjeh, dalam "Beberapa Catatan Mengenai Dakwah Islam," mengatakan bahwa dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sesuai ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan kebijaksanaan dan nasehat yang baik.

d. Prof. Toha yahya Oemar, MA., menyatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia secara bijaksana ke jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat mereka.

e. Drs. H. Masdar Helmi mengartikan dakwah sebagai upaya mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah, termasuk amar makruf dan nahi munkar, untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Meskipun terdapat variasi dalam redaksi definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap definisi dakwah memiliki tiga unsur pokok:

a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari satu individu kepada individu lain.

b. Penyampaian ajaran Islam tersebut mencakup amar makruf (ajakan kepada kebaikan) dan nahi munkar (mencegah perbuatan maksiat). Amar makruf pada dasarnya lebih mudah diterapkan oleh individu dibandingkan dengan nahi munkar.

c. Usaha tersebut bertujuan untuk membentuk individu atau masyarakat yang tunduk dan mempraktikkan sepenuhnya ajaran Islam. Oleh karena itu, dakwah melibatkan berbagai aktivitas dalam menyebarkan ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk menciptakan individu dan masyarakat yang menerapkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan.

Garis merah dari definisi-definisi di atas, dakwah tidak mencakup upaya mengajak atau menyeru kepada tindakan jahat atau kejahatan. Dakwah bersifat persuasif, yaitu mengajak secara lembut kepada kebaikan. Oleh karena itu, jika dakwah dilakukan dengan kekerasan, intimidasi, ancaman, atau tindakan lain yang melibatkan kekerasan, maka itu tidak dapat digolongkan sebagai dakwah.

BAB II
MEDIA DAKWAH

Unsur-unsur dakwah satu sama lain saling melengkapi dan mempunyai keterkaitan yang erat dalam keberhasilan dakwah, seorang dai sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai. Agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, dai harus mengorganisir komponen-komponen unsur dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen tersebut adalah media dakwah. Media dakwah berpengaruh terhadap pesan dakwah yang akan disampaikan sebagaimana karakteristik pesan dakwah, di mana satu sama lain saling ada keterikatan.

Pengaruh pesan dakwah atas media dakwah bergantung pada kebijakan dalam memakai media yang hendak digunakan. Media mempunyai sifat yang netral, karena pada dasarnya media komunikasi apapun baik antar persona maupun massa, bisa disampaikan untuk menyampaikan pesan dakwah (Kustadi Suhandang, 2013). Sekalipun demikian subjektifitas dai dalam menentukan media juga menentukan efektifnya media yang akan dipakai. Media dakwah zaman Rasulullah dan sahabat sangat terbatas dan berkisar pada dakwah *qauliyah bi al-lisan* dan dakwah *fi'liyah bi al-uswah,* ditambah dengan media penggunaan surat (*rasail*) yang terbatas. Dengan adanya *futuhat islamiyah* Islam semakin berkembang sehingga dakwah berkelanjutan dengan menggunakan media *qashash* (tukang cerita) dan *muallafat* (karangan tertulis).

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih, tentunya media dakwah juga mengalami perluasan dan tidak kaku sebagaimana media konvensional. Selain itu, terdapatnya perbedaan pendapat oleh para pakar dakwah tentang media dakwah juga menjadi carut marut tentang pembahasan media dakwah itu

sendiri. Meninjau masalah tersebut, dalam tulisan ini akan disajikan esensi media dakwah sehingga dapat merangsang indra-indra manusia sebagai pelaku dakwah untuk tidak larut dalam polemik media dakwah yang diumpan oleh para ahli serta dapat menimbulkan perhatian untuk penerima dakwah.

A. Esensi media Dakwah

Esensi berarti "apanya" hakikat, dengan demikian esensi media dakwah yakni mengupas apa itu hakikat media dakwah. Kata media berasal dari bahasa latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium* secara etimologi berarti alat perantara (Amin, 2013). Media menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu perantara; penghubung; yang terletak di antara dua pihak (orang, golongan) (Nasional, 2008). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara (Aziz, 2012). Dengan demikian yang dimaksud media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Namun tidak banyak pakar ilmu dakwah menyebutkan media dakwah sebagai salah satu unsur dakwah. Media dakwah merupakan unsur tambahan dalam kegiatan dakwah. Maksudnya, kegiatan dakwah dapat berlangsung meski tanpa media dakwah. Seorang ustadz yang sedang menjelaskan tata cara tayamum kepada seorang tamu di rumahnya adalah salah satu contoh dakwah tanpa media. Hal tersebut jika berpegangan bahwa media selalu merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mitra dakwah (Aziz, 2012).

Di sisi lain para pakar berpendapat secara garis besar media meliputi manusia, materi dan lingkungan yang membuat orang lain memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Jika berpegangan pada pendapat ini maka pendakwah, kitab suci Al-Qur'an, dan hadis yang sedang didiskusikan, suasana pelaksanaan dakwah merupakan media dakwah. Demikian juga berarti tidak ada dakwah tanpa media. Ketika Rasulullah SAW memberi nasehat kepada

seorang sahabat yang menemuinya, maka Rasulullah SAW adalah media dakwah itu sendiri (Aziz, 2012). Senada dengan pendapat di atas, menurut Marshal McLuhan bahwa media juga termasuk pesan itu sendiri (Muhammad Burhan Bungin, 2013).

Ketika media dakwah berarti alat dakwah, maka bentuknya adalah alat komunikasi. Akan tetapi, ada sarana lain selain alat komunikasi tersebut, seperti tempat, infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, alat perkantoran, dan sebagainya. Sarana-sarana itu dapat dikelompokkan sebagai logistik dakwah. Logistik dakwah juga mencakup keuangan dakwah. Dengan demikian, media dakwah juga jelas bedanya dengan logistik dakwah yaitu sarana pendukung berupa finansial dan sarana fisik untuk pelaksanaan dakwah. Sebagai perpaduan antara metode, media dan logistik dakwah dapat di kemukakan sebuah contoh dakwah yang disampaikan dengan metode ceramah, dengan media radio yang disiarkan langsung dari Studio Dua RRI dan dengan biaya yang disediakan oleh sponsor perusahaan tertentu.

Setelah kita pahami tentang terminology media dakwah, maka dapat disimpulkan bahwa media dakwah merupakan alat yang sengaja dipilih dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, hal ini dikarenakan media sebagai instrumen yang dapat mempengaruhi proses pembentukan pesan dan pemilihan lambang komunikasi dakwah. Media dakwah juga diharapkan mampu mendorong timbulnya motivasi dakwah. Untuk hal tersebut seorang dai hendaknya memiliki keahlian dalam memanage media sehingga memberikan konsekuensi pada pemahaman atas karakteristik media dakwah yang berorientasi pada mad'u.

Dalam berdakwah, penggunaan media menjadi elemen kunci untuk memastikan efektivitas dan efisiensi dalam penyampaian pesan dakwah. Contoh nyata adalah penggunaan media sosial oleh para dai sebagai alat dakwah yang ditujukan kepada kaum milenial, yang disebut sebagai *wasilah al-da'wah*. Media di sini merujuk pada

alat atau sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Jenis media yang digunakan dalam dakwah meliputi media antarpribadi, media kelompok, media publik, dan media massa. Dengan demikian, media dakwah adalah alat yang digunakan oleh dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u.

B. Kategori Media Dakwah dan Spesifikasinya

Pada pengelompokan jenis-jenis media dakwah dan spesifikasinya, penulis tidak mencantumkan kelebihan maupun kekurangan media dakwah karena pada dasarnya satu sama lain memiliki kompleksitas. Penulis lebih menekankan kepada pengerucutan banyak pendapat dari para ahli, di mana satu sama lainnya mempunyai pemikiran yang berbeda terhadap satu objek yang sama sehingga setelahnya dapat ditarik benang merah keterkaitan dari perbedaan tersebut.

Pada masa Rasulullah SAW, media dakwah yang digunakan mencakup para dai, mubaligh, dan sahabat yang diutus ke berbagai daerah untuk berdakwah. Rasulullah SAW juga menggunakan surat sebagai alat komunikasi dengan gubernur-gubernur sebagai ajakan untuk masuk Islam (media dakwah). Media kelompok juga digunakan pada masa itu melalui pertemuan dengan para khalifah dan sahabat Rasulullah. Ini menunjukkan bahwa dalam dakwah, peran dai sebagai subjek dakwah juga berfungsi sebagai media dakwah itu sendiri.

Media dakwah juga dapat dibedakan berdasarkan bentuk penyampaiannya, seperti dakwah kalām (lisan), dakwah qalam (tulisan), dan media dakwah elektronik. Media dakwah qalam melibatkan karya tulis seperti buku, majalah, dan surat kabar, yang perlu dikembangkan baik dalam hal kualitas maupun kuantitas. Media dakwah elektronik, seperti internet, juga perlu ditingkatkan frekuensinya.

Secara lebih spesifik, media elektronik adalah media massa yang menggunakan teknologi elektronik modern, seperti internet dan sejenisnya, sebagai sarana komunikasi resmi untuk menyebarkan berita atau pesan kepada masyarakat. Media pada dasarnya adalah sarana teknis atau fisik untuk mengubah pesan menjadi sinyal yang dapat ditransmisikan melalui saluran tersebut. Contohnya Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari memiliki radio Rafada sebagai salah satu contoh media elektronik yang digunakan dalam dakwah.

Para ahli menyajikan beragam pandangan terkait macam-macam *wasilah al-da'wah*, dengan pengkategorian yang dapat berfokus pada manfaat alat, jenis alat, dan adanya penggandaan dalam peran media dakwah yang juga bisa menjadi metode dakwah. Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih akan terus mempengaruhi inovasi dalam media dakwah.

Menurut Hamzah Ya'qub, media dakwah dapat dibagi menjadi lima jenis, yaitu lisan, tulisan, lukisan atau gambar, audio visual, dan akhlak (Ilaihi, 2010). Dilihat dari sisi penyampaiannya, pesan dakwah dapat dibagi menjadi tiga, yaitu kata-kata yang diucapkan, tulisan yang dicetak, dan media audio visual. Keterampilan dalam mengendalikan perangkat lunak dan keras menjadi krusial dalam menciptakan model-model dakwah yang efektif. Mubalig yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan mengalami pergeseran.

John Storey mengidentifikasi saluran-saluran budaya pop yang relevan dengan dakwah, seperti televisi, film, dan pers pop. Televisi berfungsi sebagai media hiburan, informasi, politik, dan pendidikan. Media film dapat digunakan sebagai media dakwah populer dengan unsur-unsur seperti audiens, teks film, dan institusi. Pers pop, termasuk surat kabar dan majalah pop, fokus pada desain grafis dan aspek visual dalam menyampaikan pesan dakwah.

Berdasarkan perkembangan pers, John Fiske membagi menjadi tiga kategori, yaitu pers populer, pers pemerintah, dan pers alternatif. Pers populer memiliki karakteristik seperti potensial, aktual, sensasional, skeptis, populis, berita progresif, dan hiburan. Pers pemerintah mengartikulasikan kepentingan penguasa melalui aliran informasi top-down, sementara pers alternatif dapat mengakomodasi pers yang lebih independen.

Kemudian, terdapat berbagai jenis media dakwah yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu media presentasional, media representasional, dan media mekanis. Media presentasional melibatkan suara, wajah, tubuh, dan bahasa alami dalam komunikasi. Media representasional termasuk buku, lukisan, foto, tulisan, dan sejenisnya yang menggunakan konvensi estetik dan budaya untuk menciptakan teks komunikasi. Media mekanis seperti telepon, radio, televisi, dan teleks berperan sebagai alat pemancar.

Secara garis besar media dibagi menjadi dua (Ilaihi, 2010), yaitu:

1. Nonmedia massa

a. Manusia, utusan, kurir,

b. Benda, telepon, surat, sms, faks, papan pengumuman, Kaset audio, dan e-mail

Semua itu dikategorikan sebagai media nirmassa karena tidak mengandung nilai keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal. Media nirmassa biasanya digunakan dalam komunikasi tertentu atau kelompok-kelompok tertentu (Ilaihi, 2010).

2. Media massa

a. Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah, dan sebagainya

b. Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster dan sebagainya

c. Media massa periodik-cetak dan elektronik; visual, audio, dan audio visual.

Hamzah ya'kub membagi media dakwah menjadi lima macam untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, media dakwah yang dapat digunakan yaitu:

1. Lisan, adalah wasilah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan lain sebagainya.
2. Tulisan, berbentuk buku, majalah, surat kabar, spanduk, dan sebagainya.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya
4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya seperti film, televisi, ohp, internet, slide dan sebagainya.
5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan yang nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u nya (Mohammad Ali Aziz, 2004).

Dari segi pesan penyampaian dakwah dibagi tiga golongan yaitu:

1. *The spoken words* (yang berbentuk ucapan)

Yang termasuk kategori ini adalah alat yang dapat mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga disebut juga dengan *the audial media* yang biasa dipergunakan sehari-hari seperti telepon, radio dan sebagainya.

2. *The printed writing* (yang berbentuk tulisan)

Yang termasuk di dalamnya ialah barang-barang yang tercetak, seperti gambar, tulisan, lukisan, buku, surat kabar, majalah, brosur, dan sebagainya.

3. *The audio visual* (yang berbentuk gambar hidup)

Yaitu merupakan penggabungan dari golongan di atas seperti film, televisi, video, dan sebagainya (Mohammad Ali Aziz, 2004).

Disamping penggolongan media dakwah di atas, media dakwah dari segi sifatnya dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan yang secara tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti ludruk, wayang drama, dan sebagainya
2. Media modern, yang diistilahkan juga dengan "media elektronika" yaitu media yang dilahirkan dari teknologi seperti televisi, radio, pers, dan sebagainya (Mohammad Ali Aziz, 2004).

Pengklasifikasian jenis-jenis media dakwah di atas pada intinya tidak terlepas dari dua media penerimaan informasi yang dikemukakan oleh Al-Qur'an dalam QS. al-Mu'minun ayat 78 yaitu (media sensasi dan media persepsi):

وَهُوَ ٱلَّذِىٓ أَنشَأَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ

Artinya: *"Dan Dialah yang telah menciptakan bagi kamu sekalian, pendengaran, penglihatan dan hati. Amat sedikitlah kamu bersyukur."*(D. A. RI, 2005)

Sensasi berasal dari kata "*sense*" adalah alat penginderaan yang menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimuli indrawi. Dalam ayat tersebut, sensasi atau panca indra diwakili oleh indra pendengaran (*al-sam'*) dan indera penglihatan (*al-absar*). Ilmu tafsir mengistilahkan *dzikr al-juz' wa iradah al-kull*

(penyebutan sebagian dengan maksud keseluruhan), karenanya media sensasi meliputi: indra pendengaran dengan telinga, indra penglihatan dengan mata, indra pengecap dengan lidah, indra perabaan dengan kulit, dan indra penciuman dengan hidung. Disebutnya indra pendengaran dan indera penglihatan, karena keduanya lebih dominan dalam penerimaan informasi. Oleh karena itu, kedua indra ini biasa disebut sebagai: media auditif untuk indra pendengaran dan media visual untuk indra penglihatan (Mohammad Ali Aziz, 2004).

Saat kita mendengar suara lonceng, indra pendengaran hanya menangkap sebuah bunyi yang khas. Hanya persepsi yang bisa mengenalkan bunyi itu sebagai suara lonceng. Ketika kita melihat sebuah gambar, indra hanya menangkap bentuk, goresan, atau warna. Lagi-lagi, persepsi yang mengatakannya sebagai gambar. Persepsi bukan pekerjaan panca indra, melainkan tugas *al-af idah* yang bentuk tunggalnya *al-fu'ad*. Pemahaman ini didasarkan oleh penafsiran para pakar tafsir mengenai kata *af idah* dalam ayat tersebut. Dari penafsiran tersebut, media persepsi (aneka hati, pengetahuan asumtif, kecerdasan) pasti mengikuti media sensasi. Media sensasi yang paling dominan adalah media auditif dan media visual. Dari hubungan kedua ini, lahir tiga macam media, yaitu: media auditif, media visual, dan media audio visual (Mohammad Ali Aziz, 2004).

Kategori media yang telah dibahas tersebut dapat disederhanakan menjadi:

1. Media presentasional, menggunakan bahasa alami dalam kata-kata yang diucapkan, diekspresikan dan seterusnya. Memerlukan kehadiran komunikator
2. Media representasional, bersifat representatif dan kreatif yang menghasilkan karya komunikasi
3. Media mekanis, didukung oleh teknologi mekanis

C. Pemilihan Media Dakwah

Setelah mengetahui jenis-jenis media dakwah, ternyata media ikut memberikan andil yang besar untuk kesuksesan dakwah, karena setiap aktivitas dakwah pasti menggunakan media. Media dakwah dapat berfungsi secara efektif bila ia dapat menyesuaikan diri dengan pendakwah, pesan dakwah, mitra dakwah, metode dakwah dan logistik dakwah.

Dengan mengetahui karakteristik media dakwah, pendakwah dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mitra dakwahnya. Sebetulnya, media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektifitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu. Sebagai contoh; pesan mengenai peristiwa hari kiamat tidak bisa disampaikan melalui film atau sinetron, sehingga media yang paling tepat adalah tulisan. Dengan tulisan, daya imajinatif mitra dakwah dapat membantu penjelasan pesan dakwah tersebut. Contoh lain adalah film *The Ten Commandement* yang menggambarkan kisah nabi Musa as. saat berdakwah kepada Fir'aun. Dengan melihat film ini, imajinasi dakwah dapat dibantu dengan media audio visual: bagaimana keadaan laut ketika dibelah, bagaimana keadaan budak bani Israil, bagaimana baju kebesaran yang digunakan oleh raja Fir'aun, dan sebagainya. Jika pesan ini disampaikan dengan buku novel, maka ceritanya menjadi lain.

Pendakwah juga memperhatikan kondisi mitra dakwah ketika media dakwah digunakan. Alat OHP sangat tepat digunakan untuk dakwah di kelas dengan sasaran mitra dakwah yang berpendidikan. Untuk masyarakat awam, media televisi, CD, radio adalah paling potensial. Mereka ingin pesan dakwah yang gratis dan mudah ditangkap. Oleh karena itu, dilihat dari kemudahan mencerna pesan dakwah, media audio visual yang paling efektif. Media visual membutuhkan ketajaman daya pikir dibanding auditif dan audio visual. Kepada kelompok cendekiawan, pendakwah perlu

membuatkan makalah yang bermutu. Sedangkan kepada masyarakat desa, kita dapat memutarkan film sejarah nabi dan sebagainya.

Hal penting lain yang tidak boleh diabaikan dalam pemilihan media dakwah adalah etika. Media dapat menurunkan kualitas dakwah bila melanggar etika. Sinetron keagamaan namun menggunakan aktor laki-laki berdandan wanita tidaklah disebut sebagai media dakwah. Koran yang berisi pesan keagamaan namun memuat iklan merek minuman keras juga bukan media dakwah. Dengan demikian untuk memilih media dakwah perlu dipertimbangkan paling tidak empat aspek yaitu: efektifitas media, efisiensi penggunaannya, kesesuaiannya dengan unsur-unsur dakwah dan legalitasnya menurut Islam.

Dengan demikian dasar pertimbangan pemilihan media dakwah yaitu mengacu kepada:

1. Kebutuhan luas jangkauan dan kecepatan penetrasi
2. Kebutuhan pemeliharaan memori
3. Kebutuhan jangkauan khalayak yang selektif
4. Kebutuhan frekuensi tinggi
5. Kebutuhan gerak
6. Kebutuhan warna
7. Kebutuhan deskripsi

D. Media Digital

Seiring berkembangnya jaman, media dakwah berkembang semakin beragam. Para dai tidak mau kalah untuk memanfaatkan kemajuan digital sehingga kemudian muncul istilah Kiai Medsos. Masifnya ajaran yang bersifat radikal, membuat gerah para dai untuk ikut andil perang pemikiran di dunia digital. Hal ini menjadi angin segar bagi netizen Indonesia yang notabene membutuhkan pencerahan. Hal yang terkait dengan dakwah menggunakan media digital akan penulis jabarkan dalam moderasi beragama di ruang digital dalam sub bab berikutnya.

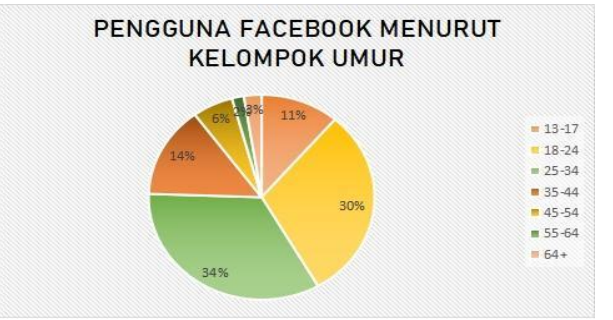
E. Media Sosial

Peneliti melihat dari beberapa media sosial yang digunakan oleh ust. KH. Ilham Humaidi, KH. Ahmad Bahauddin Nursalim, dan KH. Ma'ruf Khozin diantaranya adalah facebook, Instagram, youtube. Rata-rata kelompok umur sebagai pengguna aktif media sosial baik facebook, youtube, Instagram adalah kelompok umur produktif yaitu usia 16-64 tahun.

1. Facebook

Facebook (fb) merupakan media sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004. Jumlah pengguna aktif bulanan atau monthly active user/ MAU dari facebook yang terbanyak yaitu di atas youtube, Whatsapp ataupun Instagram. Di Indonesia facebook diakses oleh pengguna sebanyak 82%, rentang usia 16-64 tahun. Dalam satu hari, 160 juta pengguna media sosial di Indonesia mengakses rata-rata 3 jam 26 menit.

Berdasarkan data *internetworldstats* data per Juni 2021, negara Indonesia menempati peringkat ketiga yaitu sebanyak 176,5 juta sebagai pengguna facebook terbanyak dimana angka ini terus meningkat di setiap tahunnya. Dilihat dari kelompok umur, penduduk usia produktif yaitu 25-34 tahun mendominasi yaitu sekitar 34%.



Gambar 2.1 Pengguna Facebook Menurut Umur

2. Instagram

Instagram atau sering disebut dengan *ig* merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video dimana pengguna bisa mengunduh, menyimpan foto ataupun video lalu membagikannya ke *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, email ataupun aplikasi lainnya. Pengguna *ig* di Indonesia cukup banyak yaitu menempati posisi ke-4 setelah *youtube*, *whatsapp*, dan *facebook* (*we are social, hootsuite*: 2020). Masyarakat Indonesia menyukai *ig* karena di aplikasi itu kita dapat mengambil foto, pasang filter dan kemudian *share* ke jejaring media sosial yang lain. Tak ketinggalan pula *caption* yang menggelitik menjadikan ig sebagai media yang klik dalam *update* status.

Dari uraian di atas maka esensi dari media dakwah adalah alat yang sengaja dipilih dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u sehingga tidak terlepas dari metode dakwah dan pesan dakwah yang mana dari ketiga unsur tersebut dapat digambarkan sebagai gula, air, pewarna atau perasa yang kemudian menjadi larutan syrup yang sulit dipecah ketika bercampur, dan satu sama lain merupakan penguat bagi unsur yang lainnya. Sebagai pelaku dakwah harusnya kita mampu memaksimalkan semua potensi melalui media dakwah, karena tampak dengan jelas begitu besar pengaruh emosi dan perilaku keagamaan yang ditimbulkan lebih-lebih pada media massa. Yang patut disayangkan adalah umat Islam masih puas dengan dakwah yang berbentuk ceramah agama di hadapan langsung kelompok agama yang tentunya jangkauannya masih sempit. Apabila umat Islam masih stagnan dan merasa nyaman dengan kegiatan dakwah tanpa memperhitungkan efisiensi media dakwah yang semakin canggih, maka ketertinggalan komunikasi serta perang pemikiran membuat umat Islam semakin terasing dari dakwah itu sendiri.

Selain hal yang tersebut di atas masalah yang tidak kalah pentingnya adalah memilih media yang tepat yang disesuaikan dengan kondisi *mad'u* yang dihadapi. Hal ini terjadi karena memilih media dakwah mengandung konsekuensi mengetahui dan

menguasai cara memanfaatkan potensi yang dipilihnya. Tidak hanya memilih untuk disimpan atau dibiarkan begitu saja, karena pada hakikatnya masing-masing media dakwah mempunyai karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang sinkron dengan efektifitas dan efisiensi terhadap dakwah yang akan disampaikan

BAB III
MODERASI BERAGAMA

Indonesia sebagai Megadiversity Country memerlukan instrumen yang dapat memanage kemajemukan, keragaman suku, bangsa, agama, ras dan etnis. Instrument itu adalah Moderasi Beragama yaitu cara pandang, sikap dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengejawantahkan esensi ajaran agama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan umum

A. Pengertian Moderasi Beragama

Indonesia sebagai salah satu negara dengan keberagaman suku, agama, ras, bahasa, dan budaya merupakan salah satu aset negara yang apabila tidak dapat menjaganya, maka potensi konflik menjadi sangat nyata. Perbedaan cara pandang terhadap masalah keagamaan dapat menjadi gesekan-gesekan yang mengganggu suasana rukun dan damai di Indonesia tercinta. Beberapa fakta di lapangan seperti pembubaran ritual yang menjadi tradisi budaya suatu masyarakat oleh sekelompok orang yang mengatasnamakan agama, penolakan pembangunan rumah ibadah meskipun telah memenuhi syarat dan ketentuan berlaku, atau penolakan terhadap pemimpin yang berbeda agamanya, bahkan muncul kelompok-kelompok yang mengatasnamakan agama ingin mengganti ideologi negara yang sudah menjadi kesepakatan bersama. Perbedaan-perbedaan inilah yang kita hadapi bersama, bagaimana menyatukan berbagai cara pandang umat Beragama yang berbeda. Prof Dr. Kamaruddin Amin, Dirjen Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia dalam salah satu tayangan di akun official Kemenag RI mengatakan Indonesia

sebagai *Megadiversity Country*, negara yang majemuk, beragam, memerlukan instrumen yang dapat *memanage* diversity ini. Instrumen ini adalah moderasi beragama.

Secara bahasa, moderasi berasal dari kata moderat yang merupakan kata sifat, turunan dari kata *moderation* yang artinya tidak berlebih-lebihan atau sedang. Kata ini berasal dari bahasa latin yaitu *moderatio* yang artinya kesedangan atau tidak lebih maupun kurang alias seimbang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, moderasi artinya pengurangan kekerasan atau penghindaran keekstreman. Menurut bahasa Arab padanannya *wasath* yang berarti tengah-tengah atau *wasathiyah, tawassuth* yang mengandung makna *i'tidal (*adil*) dan tawazzun (*berimbang*)*. *Wasathiyah* sangat luas maknanya. Ia memerlukan pemahaman dan pengetahuan yang mendalam tentang syariat Islam dan kondisi objektif yang dihadapi sekaligus cara dan kadar menerapkannya (Shihab, 2020). Menurut bahasa Inggris yaitu inti, *core*, essensi. Lawan kata moderasi adalah *tatharruf* yaitu ektrem, radikal, berlebihan. Berlebihan untuk orang-orang yang bersikap ekstrem, melebihi batas dan ketentuan syariat agama. Ketika moderasi disandingkan dengan Beragama maka Moderasi Beragama adalah sikap mengurangi kekerasan atau menghindari keekstreman dalam cara pandang, sikap, dan praktik beragama. Lengkapnya, moderasi beragama adalah cara pandang, sikap, dan praktik beragama dalam kehidupan bersama dengan cara mengejawantahkan esensi ajaran agama yang melindungi martabat kemanusiaan dan membangun kemaslahatan umum. Berlandaskan prinsip adil, berimbang dan menaati konstitusi sebagai kesepakatan berbangsa (K. RI, 2021a).

Moderasi adalah suatu sikap sikap beragama yang seimbang antara pengalaman agama sendiri dan penghormatan kepada praktik beragama orang lain yang berbeda keyakinan (Apriani & Aryani, 2022). Seimbang, tidak berat ke kiri maupun ke kanan, berada di tengah-tengah. Hal inilah yang akan menciptakan kedamaian. Menurut Albert H tidak ada kedamaian di dalam sebuah

bangsa tanpa kedamaian antar agama dan tidak ada kedamaian antar agama tanpa dialog antar agama. Tidak ada dialog antar agama tanpa ada *investigation of foundation of religion* (tanpa investigasi mendalam terhadap fondasi-fondasi agama. Semua agama harus memahami dengan benar agamanya itu sehingga dengan moderasi beragama ini sebagai salah satu bentuk *investigation of foundation of religion* (K. RI, 2021b).

Tidak ekstrem ini adalah *keyword* dalam moderasi beragama. Sikap mengurangi kekerasan atau menghindari keekstreman dalam cara pandang, sikap dan praktik beragama harus ditanamkan karena menjadi ekstrim artinya bertentangan dengan esensi ajaran agama dan merusak tatanan kehidupan bersama. Oleh karena itu, keberhasilan moderasi beragama dalam kehidupan masyarakat Indonesia terlihat dari tingginya empat indikator utama yang selaras dan saling bertautan yaitu komitmen kebangsaan; toleransi; anti kekerasan dan penerimaan terhadap tradisi.

B. Indikator Moderasi Beragama

1. Komitmen Kebangsaan

Komitmen kebangsaan menjadi indikator yang sangat penting untuk melihat bagaimana cara pandang, sikap, dan praktik beragama seseorang berdampak pada kesetiaan terhadap konsensus dasar kebangsaan terutama terkait penerimaan Pancasila sebagai ideologi negara, sikapnya terhadap tantangan ideologi yang berlawanan dengan Pancasila serta nasionalisme. Komitmen kebangsaan merupakan penerimaan terhadap prinsip-prinsip berbangsa yang tertuang dalam konstitusi yaitu UUD 1945 dan regulasi di bawahnya. Mengamalkan ajaran agama adalah sama dengan menjalankan kewajiban sebagai warga negara sebagaimana menunaikan kewajiban sebagai warga negara adalah wujud pengamalan ajaran agama.

2. Toleransi

Toleransi merupakan sikap untuk memberi ruang dan tidak mengganggu hak orang lain untuk berkeyakinan, mengekspresikan keyakinannya dan menyampaikan pendapat, meskipun hal tersebut berbeda dengan apa yang kita yakini. Toleransi yaitu menghormati perbedaan dan memberi ruang orang lain untuk berkeyakinan, mengekspresikan keyakinannya, dan menyampaikan pendapat. Menghargai kesetaraan dan sedia bekerjasama. Toleransi antar agama maupun toleransi intra agama. Toleransi antar agama seperti kesediaan berdialog, mendukung pendirian rumah ibadah yang sudah sesuai dengan syarat dan ketentuan, sikap kita terhadap pemeluk agama lain dan sikap terkait pengalaman berinteraksi dengan pemeluk agama lain. Toleransi intra agama seperti bagaimana sikap kita ketika menghadapi kelompok-kelompok minoritas yang dianggap sesat atau menyimpang dari ajaran-ajaran normatif agama tersebut.

3. Anti Kekerasan

Anti kekerasan yaitu menolak tindakan seseorang atau kelompok tertentu yang menggunakan cara-cara kekerasan, baik secara fisik maupun verbal, dalam mengusung perubahan yang diinginkan. Ide atau gagasan radikal ini intinya adalah sikap dan tindakan seseorang yang menggunakan cara-cara kekerasan untuk perubahan yang diinginkan dalam tempo singkat dan secara drastis. Radikalisme biasanya dihubungkan dengan terorisme yaitu menebar ketakutan dengan tujuan supaya keinginan mereka tercapai. Al-Quran dan Hadis tidak mengajak umat Islam untuk melakukan kekerasan, ekstrem dan berlebih-lebihan dalam beragama. Al-Quran dan Hadis menawarkan bahwa memahami dan mengamalkan agama harus melalui jalur keseimbangan dan berada di jalan tengah sehingga agama terkesan ramah, lembut dan kasih sayang. Bahkan keseimbangan merupakan suatu keniscayaan termasuk pada hukum alam sebagai harmoninya kehidupan. Jika tidak demikian dunia ini akan hancur dan binasa (Nurdin, 2021).

4. Akomodatif terhadap Kebudayaan Lokal

Akomodatif terhadap kebudayaan lokal artinya ramah dalam penerimaan tradisi dan budaya lokal dalam perilaku keagamaannya, sejauh tidak bertentangan dengan pokok ajaran agama. Menerima berbagai tradisi dan budaya dalam masyarakat tanpa melakukan penilaian-penilaian yang memojokkan para pelaku tradisi selama masih berada dalam batas-batas kewajaran, tidak keluar dari inti pokok ajaran agama. Akomodatif terhadap budaya lokal berarti juga bahwa tidak akan mudah *membid'ahkan* dan *mengkafirkan* saudara sesama muslim yang melestarikan tradisi budayanya.

C. Prinsip Moderasi Beragama

1. *Tawassuth* (Mengambil Jalan Tengah)

Tawassuth adalah pemahaman dan pengamalan agama yang tidak *ifrath* yakni berlebih-lebihan dalam beragama dan *tafrith* yaitu mengurangi ajaran agama. *Tawassuth* yaitu netral, tidak ekstrem kiri maupun kanan. Sikap *tawassuth* ini sangatlah penting apalagi ketika hidup bermasyarakat. Contoh sikap *tawassuth* adalah ketika ada seorang pemeluk agama mengkafirkan saudaranya sesama pemeluk agama yang sama dikarenakan berbeda dalam paham keagamaan dan merasa paling benar dalam beragama. Hal ini tidak mencerminkan *tawassuth* karena agama mengajarkan untuk mengambil jalan tengah dalam permasalahan kehidupan sehingga mengkafirkan dan merasa paling benar akan merusak persaudaraan.

2. *Tawazun* (Berkeseimbangan)

Tawazun adalah pemahaman agama secara seimbang yang meliputi aspek kehidupan dunia akhirat, tegas dalam menyatakan prinsip yang dapat membedakan antara penyimpangan dan perbedaan. Berkeseimbangan sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat supaya kita tidak melakukan hal-hal yang berlebihan dan mengesampingkan yang harus dipenuhi. Contoh sikap *tawazun* adalah ketika ada saudara kita yang beribadah

secara terus menerus, dari pagi hingga sore, tanpa memperdulikan permasalahan di sekitar tempat tinggalnya, maka ini tidak mencerminkan *tawazun.* Harusnya menyeimbangkan antara beribadah *hablumminallah*, (hubungan manusia dengan Tuhan) dengan bersosialisasi, bermasyarakat *habluminannas* (hubungan antar sesama manusia). Segala urusan dunia dan akhirat seimbang.

3. *I'tidal* (Lurus dan Tegas)

I'tidal adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya dan melaksanakan hak dan kewajiban secara proporsional. Contoh sikap *I'tidal* adalah ketika mendapatkan undangan untuk menghadiri acara natal dan dalam acara tersebut, dihidangkan makanan minuman yang tidak boleh dimakan oleh orang muslim maka sikap yang mencerminkan *I'tidal* adalah tetap menghadiri undangan sebagai bentuk penghargaan terhadap undangan tadi, tetapi tidak ikut memakan atau meminum yang sudah jelas dilarang oleh agama.

4. *Tasamuh* (Toleransi)

Tasamuh adalah sikap seseorang yang termanifestasikan pada kesediaan untuk menerima berbagai pandangan yang beragam meskipun tidak sependapat. Orang yang sudah menerapkan sikap toleransi disebut orang yang toleran dan toleran merupakan hasil dari seseorang yang moderat. Toleransi juga berkaitan dengan pengetahuan seseorang, Ketika mengetahui dari berbagai macam sudut pandang maka orang tersebut dapat menentukan sikap menghargai, menghormati. Menurut Hellen Keller *the highest result of education is tolerance.* Contoh sikap *tasamuh* adalah di tempat kita, ada orang yang berbeda agamanya yang mencalonkan sebagai gubernur, maka sikap yang sesuai dengan prinsip *tasamuh* adalah memberikan kesempatan untuk maju menjadi gubernur dengan pertimbangan orang tersebut memiliki *track record* yang bagus, jujur, tidak korupsi, kinerjanya bagus, layak menjadi pemimpin, jadi bukan melihat pada agama maupun sukunya.

5. *Aulawiyah* (Mendahulukan yang Prioritas)

Aulawiyah adalah kemampuan mengidentifikasi mana yang lebih penting. Contoh sikap *aulawiyah* adalah ketika ada jadwal mengajar sampai pukul 15.40 sedangkan waktu shalat ashar 15.30 dan terbiasa shalat berjamaah di masjid kampus maka sesuai dengan prinsip *aulawiyah* tetap melanjutkan perkuliahan sampai selesai kemudian shalat ashar. Ada peraturan yang telah disepakati bersama antara mahasiswa dengan dosen salah satunya terkait jam perkuliahan sehingga peraturan yang telah disepakati bersama menjadi prioritas.

6. *Tahaddur* (Berkeadaban)

Tahaddur adalah menjunjung tinggi karakter, identitas dan integritas sebagai *Khairu ummah* dalam kehidupan kemanusiaan dan peradaban. Berbuat baik, saling tolong menolong menjadi suatu kewajiban supaya terjalin suasana yang harmonis. Contoh sikap yang mencerminkan prinsip *tahaddur* adalah ada seseorang yang memaksakan beribadah di tengah jalan yang ramai arus kendaraan sehingga menyebabkan kemacetan, sikap ini tidak mencerminkan prinsip *tahaddur* karena beragama secara berlebihan. Sebaiknya mencari musalla, masjid, ataupun fasilitas umum di tempat pengisian bahan bakar sehingga ibadah kita tidak menganggu ketertiban bersama.

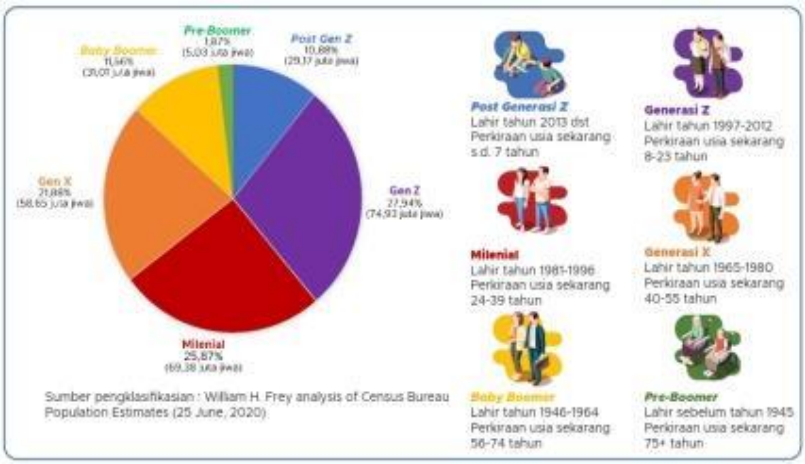
Moderasi beragama sangatlah penting bagi Indonesia karena Indonesia bukanlah negara yang berdasarkan pada agama tertentu. Indonesia adalah negara yang berlandaskan UUD 1945 dan Pancasila sebagai ideologi negara. Masyarakat Indonesia juga masyarakat yang sangat religius. Semua aspek kehidupan dalam masyarakat sangat lekat dengan kehidupan beragama. Hampir tidak ada satupun dalam kehidupan kita sehari-hari yang tidak terlepas dari agama. Maka tugas kita bersama adalah untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan beragama dengan komitmen kebangsaan. Jadi moderasi beragama sebagai instrumen untuk merekatkan antara semangat beragama dengan komitmen

berbangsa dan bernegara. Beragama pada hakikatnya adalah berIndonesia dan berIndonesia pada hakikatnya adalah beragama. Melalui moderasi beragama ini, bersama-sama kita jaga persatuan dan kesatuan negara Republik Indonesia.

D. Moderasi Beragama di Ruang Digital

Moderasi beragama ramai diperbincangkan di ranah publik pada tahun 2019. Bukan tanpa sebab, Indonesia berada dalam fase yang sedang tidak baik-baik saja. Fakta di lapangan diantaranya adanya serangan di gereja di Yogyakarta pada tahun 2018 (Amindomi, 2018); umat Kristen di Aceh yang merasa terombang ambing (Amindomi, 2019); penolakan pembangunan rumah ibadah (gereja) di Cilegon dimana jemaatnya telah menunggu selama kurang lebih 15 tahun (Nn, 2022); penolakan ketua OSIS yang berbeda agamanya (Wargadiredja, 2018); sedekah laut di Pantai Baru Pandansimo Bantul Yogyakarta dibubarkan sekelompok orang tidak dikenal (Hadi, 2018) dan beberapa survei yang menunjukkan adanya peningkatan dalam hal intoleransi (Mentari Puspadini, 2021). Oleh karena itu, Kementerian Agama Republik Indonesia merespon kegelisahan-kegelisahan terkait gesekan-gesekan umat beragama yang mengarah pada konflik sosial itu dengan memperkenalkan instrumen yang disebut moderasi beragama.

Usaha melakukan moderasi beragama tidak lagi dilakukan secara konservatif yaitu melalui masjid-masjid, penyuluhan-penyuluhan yang dilakukan oleh para penyuluh agama melainkan masuk dalam ruang digital sehingga moderasi beragama diharapkan dapat menyentuh masyarakat luas tak terkecuali adalah para generasi muda. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk tahun 2020, Indonesia didominasi oleh kelompok penduduk usia muda yaitu 74,93 juta jiwa atau sekitar 27,94% (Badan Pusat Statistik, 2021).



Gambar 3.1. Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi

Ciri kehidupan sosial di era Revolusi Industri 4.0 yang serba digital perlu dipahami para pemuka agama dan pendakwah. Cara Masyarakat mencari sumber nilai keagamaan telah bergeser seiring kemajuan teknologi secara pesat. Dunia digital digunakan sebagai wahana berdakwah. Ruang digital menjadi arena kontestasi yang sayangnya saat ini didominasi nilai keagamaan yang menjurus kepada eksklusifitas (Winata, 2019). Oleh karena itu, ruang kontestasi seperti ruang media sosial maupun ruang publik digital lainnya perlu diisi dengan materi-materi yang mengedepankan adab.

Data pengguna internet dan media sosial di Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup pesat. Tercatat sebanyak 212,9 juta penduduk Indonesia atau sekitar 77% merupakan pengguna internet dan sebanyak 167 juta atau sekitar 60,4% merupakan pengguna media social aktif. Rata-rata waktu yang digunakan dalam mengakses internet adalah 7 jam 42 menit dan sekitar 3 jam 18 menit, rata-rata pengguna mengakses media social dengan alasan utama adalah untuk mencari informasi. Sedangkan website yang sering dikunjungi adalah google.com disusul youtube.com, facebook.com dan Instagram.com (Andi Dwi Riyanto, 2023).

Gambar 3.2. Website yang Sering Dikunjungi

Era industrialisasi digital mengantarkan pada adanya transformasi kehidupan yang serba digital tak terkecuali dalam upaya menyebarkan moderasi beragama. Ruang digital sebagai tempat sehari-hari yang dikunjungi yang sebenarnya merupakan sebuah perwakilan dari dunia nyata. Menurut Kis Uriel, ruang digital dapat digunakan sebagai sarana komunikasi, tempat bertemu dan berinteraksi tanpa tatap muka (Hermawan, 2021). Ruang digital juga sebagai media pencarian dan penyebaran informasi. Menurut Nasution dkk, relasi yang terbentuk dalam ruang digital dapat dipilah menjadi 3 tingkatan yaitu a) dalam konteks agama, fenomena diseminasi informasi berupa hoaks dimanfaatkan oleh kelompok tertentu; b) kampanye nilai dan sikap moderasi beragama sangat penting dilakukan sebagai Upaya membangun kontra narasi terhadap penyebaran konten-konten yang bermuara pada disintegrasi bangsa dan c) moderasi beragama hendaknya menjadi nilai yang harus ditanamkan dan didesiminasikan dalam ruang virtual (Nasution & Rojiati, 2021).

Menurut Campbell dalam bukunya when religion meets new media mengungkapkan bahwa ada tiga pola agama dalam negosiasi media yaitu bagaimana komunitas agama itu mendefinisikan seputar interpretasi dalam keyakinan mereka, tradisi mereka yang berkaitan dengan interaksi teks yang sakral dan bagaimana pemahaman unik komunitas ini terhadap otoritas keagamaan yaitu peran kepemimpinan dan hierarkinya yang menjadi panduan utama dalam menanggapi teks dan komunitas tersebut. *There are three religions patterns of media negotiation are guided by three factors : 1)how they define their distinctive communities around issues of interpretation of core beliefs and practices; 2) their tradition of interaction with their sacred text, and 3) their unique understanding of religious authority ie (leadership roles and community hierarchies) serving as the primary guide to their responses to text and community* (Campbell, n.d.).

Ruang digital perlu dilibatkan dalam upaya menjawab berbagai kegelisahan Masyarakat dalam beragama karena agama berkaitan dengan relung emosi terdalam dan terjauh dalam jiwa manusia. Oleh karena itu, dakwah-dakwah untuk mengcounter ajaran-ajaran yang condong menjurus kepada eksklusivitas dan penafsiran-penafsiran terkait pemahaman keyakinan yang paling benar ini perlu dihadirkan dalam ruang-ruang digital. Moderasi beragama di ruang digital hadir untuk meredam keekstreman-keekstreman yang mengatasnamakan agama, kalau atas nama agama maka seseorang melanggar nilai luhur dan harkat mulia kemanusiaan karena agama diturunkan untuk memuliakan manusia; kalau atas nama agama, seseorang melanggar kesepakatan bersama yang dimaksudkan untuk kemaslahatan; kalau atas nama agama seseorang dengan sengaja melanggar hukum tanpa alasan yang jelas. Kemuliaan agama tidak bisa ditegakkan dengan cara merendahkan harkat kemanusiaan.

Moderasi beragama hadir di ruang digital menjadi salah satu instrumen yang mampu menepis berbagai gesekan-gesekan yang mengarah konflik sosial. Tanamkan bahwa moderasi beragama merupakan cara umat beragama untuk menjaga Indonesia. Ia hadir untuk menjadi solusi dalam menciptakan kerukunan, harmoni sosial sekaligus kebebasan dalam menjalankan kehidupan beragama, menghargai perbedaan tafsir dan keragaman pandangan serta tidak terjebak pada ekstremisme, intoleransi dan kekerasan atas nama agama.

BAB IV
INTERAKSI SIMBOLIK

Interaksionisme Simbolik Pisau Analisis sekaligus Guide Dalam Menjelaskan Interaksi Netizen sebagai Pengguna Akun Dalam Memahami Postingan Gus Baha, Ma'ruf Khozin dan Ilham Humaidi

Interaksi simbolik menjadi salah landasan berpikir yang peneliti gunakan dalam buku ini. Pendekatan sosiologi dari G.H. Mead tentang interaksionisme simbolis peneliti gunakan untuk menjelaskan interaksi antara pengguna akun dalam memahami materi Ustadz H. Ilham Humaidi, Gus Baha, dan Kyai Ma'ruf Khozin.

Istilah interaksi berasal dari sosiologi, sedangkan simbolik adalah istilah ilmu komunikasi. Kontribusi utama sosiologi pada perkembangan ilmu psikologi sosial adalah melahirkan perspektif interaksi simbolik (Ahmadi, 2005). Sebagai suatu teori, interaksi simbolik mencoba melihat realitas sosial yang diciptakan manusia, karena kemampuannya untuk berinteraksi secara simbolik (Aubrey, 1986). Interaksi simbolik menguraikan saat berinteraksi manusia akan saling memberi makna. Mead menjelaskan makna baru hadir, ketika manusia saling berinteraksi secara verbal dan nonverbal. Saat proses aksi dan respon itulah, penafsiran akan makna dalam kata-kata atau tindakan muncul (Poloma, 2013). Proses interaksi yang tercipta melibatkan penggunaan simbol bahasa, adat istiadat, agama atau prinsip hidup.

Interaksi sosial manusia mempunyai karakteristik yang khusus di mana manusia melakukan interaksi dengan menggunakan simbol-simbol yang bermakna dan tidak hanya terbatas pada isyarat fisik saja. Interaksi ini melihat pada bagaimana perilaku peran, interaksi antar individu dan perilaku-

perilaku yang bisa diamati. Interaksi simbolik merujuk pada komunikasi yang menggunakan sign atau simbol dalam memahami kehidupan manusia, artinya perilaku atau tindakan manusia itu seperti sebuah teks yang harus dibaca dan ditafsirkan.

Dasar interaksionisme simbolik ada 3 menurut Herbert Mead (Saputra, 2019), yaitu *mind, self,* dan *society*. *Mind* atau pikiran sebagai kemampuan menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama dan *mind* ini harus dikembangkan dengan berinteraksi dengan orang lain. Bahasa menjadi penting karena interaksi antara satu dengan yang lain diawali dengan Bahasa. *Self* dipahami sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri dari perspektif orang lain.Self berkembang dari sebuah jenis pengambilan peran yang khusus. Mead menyebut sebagai cermin diri yaitu kemampuan seseorang melihat dirinya sendiri dari pantulan orang lain. *Society* sebagai jejaring hubungan sosial yang diciptakan oleh manusia. Masyarakat menggambarkan keter-hubungan beberapa perangkat perilaku yang disesuaikan oleh individu (West, Richard, 2009).

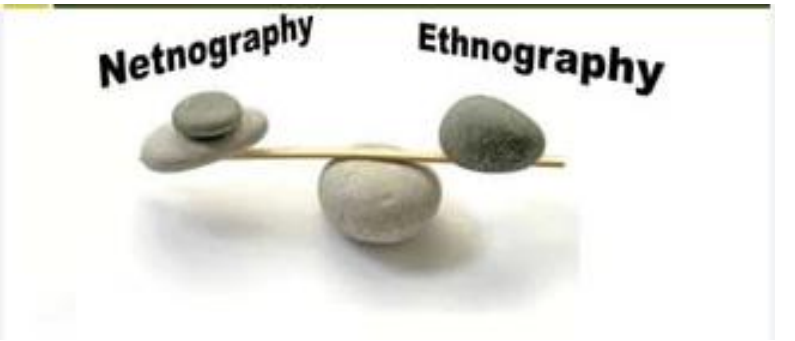
BAB V
NETNOGRAFI

Pelbagai ekspresi netizen melahirkan ragam bentuk eksplorasi media sekaligus budaya yang diwujudkannya saat mengakses sosial media sosial. Netnografi adalah analisis yang tepat dalam menelaah hal tersebut.

Era digital saat ini tumbuh dan berkembang seiring dengan penggunaan jaringan internet. Dunia Cyber mengenal beberapa istilah terkait hal itu, misalkan IoT (*Internet of Things*), penggunaan Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Mixed Reality (MR) serta NFC (*Near Field Communication*). Bersamaan dengan hal itu, kedekatan masyarakat dan internet melahirkan banyak studi komunikasi kontemporer. Perilaku warga lewat media sosial utamanya melahirkan ragam bentuk eksplorasi media yang berkelindan dengan budaya yang diwujudkan users manakala mengakses media sosial. Salah satunya studi netnografi dan etnografi virtual.

A. Apa Itu Netnography dan Ethnography?

Etnografi virtual dan netnografi, sebuah telaah riset yang tren saat ini bagi riset sosial media, Kajian ini buah dari adopsi kaum antropolog dalam mengkaji perilaku users di internet. Kaidah utama dalam metode ini ada pada stressing keterlibatan secara intens dari peneliti dan subjek penelitiannya. Tujuannya agar pemahaman terhadap lingkungan sosial sekaligus budaya objek dapat terekam dengan sempurna. Dari sisi penamaan, netnografi berasal dari kata net (internet) dan Etnografi.



Gambar 5.1 : Netnography - Ethnography
Sumber : (Hine, 2000)

Seiring perkembangan teknologi media internet menjadi ranah keilmuan sosial yang berkembang untuk pelbagai kebutuhan riset. Etnografi-netnografi menjadi salah satu metode alternatif dalam studi komunikasi sebagai respon berlebihan atas analisis berorientasi teks (analisis wacana dan analisis isi). Studi ini juga lahir sebagai bentuk perlawanan akibat ketergantungan yang kuat atas interpretasi bahasa. Karenanya tidak salah, jika secara kontemporer penelitian media khususnya studi interaksi internet, praktik, etika pemasaran dan branding produk atau jasa di media sosial, saat ini dikuasai oleh pendekatan netnografi.

Pada dasarnya, kedua studi ini punya tujuan serupa, yakni untuk memahami perilaku masyarakat atau pasar. Jika ditinjau dari sisi objek, kajian etnografi memiliki lokus sosial (*citizen)*, sedangkan netnografi, objeknya masyarakat internet (*netizen*), plus agenda hariannya di dunia virtual. Dalam buku ini penulis menyamakan istilah etnografi virtual dan netnografi. Untuk selanjutnya penulis akan menggunakan istilah netnografi saja.

B. Komunitas Online dalam Teropong Netnografi

Kepopuleran netnografi dimulai awal Tahun 2000 seiring dengan menjamurnya studi komunitas online seperti ruang *chatting, email, mailing list, forum, blog, Youtube, Facebook, Instagram* dan *Tik Tok*. Komunitas online ini bermanfaat sebagai 'wadah' untuk berkomunikasi dan secara virtual (Gefen, 2017;

Putri, 2017). *Virtual community* merupakan tempat dimana orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama dapat berkumpul dan berbagi satu sama lain (Rheingold'S, 1993). Misalkan komunitas merek, komunitas belajar, komunitas jaringan, komunitas sosial, komunitas penggemar, komunitas wawasan, komunitas keanggotaan, komunitas lokal, komunitas aksi, dan komunitas lingkungan (Wellman & Gulia, 1999; Widyaningrum, 2021). *Virtual community* menjadi ruang yang memfasilitasi seseorang untuk dapat berinteraksi dengan lainnya. Dengan bantuan sebuah situs maupun jejaring sosial, *users* bertukar pikiran dan berinteraksi secara *online* atas dasar minat yang sama (Abraham et al., 2014).

Pelacakan keberhasilan sebuah situs web dalam meraih kesetiaan user dapat dilihat dari tingkatan grafik suka, *repost, influencer*, dan kemunculan kata kunci meskipun hal ini bukan ukuran ajeg. Berbagai pertimbangan terhadap kemungkinan *netizen* akan bertahan dalam hitungan sekon pada satu postingan tetap mengacu pada sistem digital yang telah diprogram oleh komputerisasi. Para netnografer menyatakan media sosial adalah manifestasi budaya populer yang menciptakan situs web menjadi alat yang sahih dalam memperoleh pemahaman netizen yang kaya akan beragam perspektif makna. Seorang netnografer dapat diibaratkan seekor lalat yang menatap (mengobservasi), guna memahami data budaya yang sedang berlangsung di media sosial.

Perilaku sosial yang diekspresikan secara bebas oleh individu di ruang digital, oleh peneliti dikumpulkan dan dianalisis melalui pendekatan netnografi. Menurut Ninip Hanifah (Hanifah, 2010; Salmaa, 2023), cabang studi etnografi berfokus pada habit atau kebiasaan masyarakat dan budaya individu. Di mana pengamatan peneliti lebih menitik beratkan pada upaya mempelajari aktivitas online individu dalam penyampaian wawasan yang relevan.

Secara sederhana proses kinerja netnografi adalah mendengarkan secara sosial, memeriksa obrolan orang per orang secara online, mencari tahu apa yang mereka rasakan, apa yang membuat mereka fokus pada satu pembahasan yang sedang tren atau viral. Bagian "perilaku bebas" sangat penting karena diskusi tentang hal yang tren terjadi secara alami, cenderung tidak dipengaruhi oleh kekuatan luar, seperti halnya dengan survei atau FGD. Pengamatan seperti ini sangat mendukung tren pasar yang sedang berlangsung. Bahkan beberapa peneliti yang kerap melakukan studi pasar menyarankan harapan bisnis lebih dapat mengandalkan sistem analisis media sosial yang dapat menyerap data psikografis berupa karakteristik kepribadian, keyakinan, pandangan, sikap, hobi, dan fitur gaya hidup. Semua elemen psikologi pelanggan ini dapat diteropong lewat studi netnografi.

C. Pendekatan Netnografi dalam Ranah Penelitian

Netnografi popular dalam penelitian perilaku konsumen dan budaya *online* (Murdaningsih, 2016). Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnograpraphy: Doing Ethnographic Research Online*, menyatakan netnografi adalah studi yang berfokus memahami ruang siber yang didalamnya ada orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dan mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri (Kozinets, 2013). Di tahun 2020 Kozinets melengkapi argumennya, bahwa netnografi adalah metode riset media sosial kualitatif yang mengadaptasi etnografi dengan memfokuskan pada jejak, jejaring dan pengalaman budaya dan kesosialan (*socialites*) dalam media sosial.

Pendekatan kontemporer netnografi ini memungkinkan berkembangnya kajian untuk melihat bagaimana partisipan menggunakan sumber digital dalam berinteraksi sekaligus menciptakan dampak sosial (Arif, 2012; Yasya, 2021). Di samping itu, studi netnografi juga akan melihat karakter dan identitas user yang menggunakan perangkat digital. Pelbagai pilihan topik yang dibahas, menelaah tipe informasi yang mereka sharing dan

diskusikan, serta mengamati pola-pola penggunaan perangkat digital digunakan pada komunitas yang berbeda dalam pemenuhan kebutuhan mereka (Ivan Setiawan et al., 2022).

Henning, (2022) menyederhanakan cara kerja netnografi dalam studi lapangan tanpa media. Pola kerja risetnya meliputi studi dan catatan metodis budaya manusia. Di mana, riset itu menghasilkan karya deskriptif yang telah diuji di lapangan. Peneliti melakukan observasi terhadap sikap, tindakan, dan keputusan pada diri objek penelitian. Selanjutnya peneliti akan mengungkap kemungkinan atau memvalidasi gagasan tersebut. Prosedur penelitian konvensional ini menghabiskan waktu dan biaya yang sangat mahal. Pada penelitian netnografi, prosedur tersebut dari segi biaya dan waktu dapat dipangkas, sementara kualitas hasil risetnya tetap terjaga keabsahannya (Abidin & Rachma, 2018).

Kepraktisan prosedur, sekaligus terjaga validitas hasil penelitian, menyebabkan netnografi menjadi pendekatan penelitian mutakhir yang sangat bermanfaat. Kini, peneliti lebih efisien dalam menggali data secara online, lewat penjajakan lapangan secara online kepada netizen yang mengakses untuk berbagi pengalaman, ide, dan pendapat mereka. Peneliti dapat dengan mudah melihat konten pelbagai tema, selera liburan pekerja perkotaan manakala menghabiskan waktu senggangnya, mode dan *style* remaja, info kesehatan yang terus berkembang, sampai pengobatan penyakit fisik maupun mental yang banyak tersedia di media digital. Penulis pastikan, jutaan informasi secara variatif memenuhi ruang digital manusia yang tersedia secara *online*. Tentunya, hal ini memberi kesempatan pada peneliti atau ilmuwan dalam memilih alternatif sejumlah prospek studi yang menarik, mulai dari forum internet hingga *platform* media sosial.

Netnografi mensyaratkan keterlibatan langsung dan intens terkait fokus masalah dalam komunitas dan budaya yang dihasilkan lewat interaksi manusia di dunia maya (Kozinets, 2013). Karakteristik Netnografi tidak lain mengganti studi lapangan

dengan komunikasi berbasis jaringan internet. Eriyanto (Bakry, 2017; Eriyanto, 2021) berpendapat metode netnografi jauh lebih banyak melibatkan prinsip-prinsip penelitian kualitatif daripada hanya sekedar menggambarkan, menceritakan, atau meng-katalogisasi kata-kata atau tindakan orang-orang dalam suatu komunitas di internet. Pengamatan dan interaksi secara online dinilai sebagai refleksi budaya yang menghasilkan pemahaman manusia yang mendalam.

D. Karakteristik Riset Netnografi

Ciri-ciri netnografi menurut Kozinets dalam Abrar (Eriyanto, 2021; Sudibyo, 2000) antara lain:

1. Netnografi melibatkan observasi partisipan lewat men-dokumentasikan arsip yang telah dihimpun di lapangan. Namun, aspek kehadiran dan pengalaman peneliti dalam memberikan interpretasi adalah kunci penting. Komunikasi digital lewat prosedur pengunduhan, *web-crawling* atau *data mining* belum menentukan tingkat kesuksesan pengumpulan data.
2. Netnografi menggambarkan serta mengkaji elemen dari interaksi saat ia menggunakan teknologi, berkomunikasi dan berbagi pengalaman sosial di dunia maya. Tindakan manusia secara digital meliputi konsep teknogenesis, humanis dan pengalaman hidup. Konsep *technogenesis*, diartikan manusia dan teknologi berevolusi bersama. Kaitannya dengan netnografi berkisar pada aktivitas manusia dalam hal membaca dan menulis di Internet, menghasilkan perubahan neurologis yang mengubah cara otak bekerja akibat dari interaksi manusia-tekno tersebut. Kedua, konsep humanis diartikan ruang pribadi *netizen* berupa perasaan, sikap dan pendapat yang diungkap oleh peneliti via netnografi. Ketiga, pengalaman dan cerita orang menjadi penting dalam praktek netnografi dan harus dipertahankan.

3. Netnografi mempelajari perilaku dan aktivitas komunitas online yang melibatkan analisis mendalam tentang interaksi sosial dan perilaku di ruang digital seperti a). penggunaan komputer, laptop, tablet dan perangkat seluler seperti ponsel pintar dan aplikasinya; b). Pengumpulan data lewat internet ini menggunakan pelbagai cara di antaranya *Skype, Facebook, Twitter, email,* dan lainnya; c). Dengan cara itu, peneliti dapat mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan kumpulan data besar yang dihasilkan oleh komunitas *online* melalui posting media sosial, diskusi forum, *posting blog*, dan sebagainya.
4. Netnografi mengikuti aturan riset daring sesuai standar yang berlaku umum, karena interaksi sosial di media *online* tetaplah penelitian dengan subyek manusia, bukan relasi statis dengan teks atau gambar.
5. Netnografi selalu memperhitungkan kecerdasan dan pemikiran manusia dalam analisis dan interpretasi data.

E. Prosedur Analisis Netnografi

Prosedur analisis dalam netnografi seperti yang digambarkan Fenton (Fenton, A and Procter, 2019) memiliki tiga langkah utama yakni:

1. Tahapan *Entry*. Tahapan ini berupa pembuatan kuesioner, mengidentifikasi dan menyeleksi komunitas *online*, mendapatkan akses ke dalam komunitas yang dipilih.
2. Tahapan pengumpulan data pengamatan anggota masyarakat, pengarsipan dan pengungkapan interaksi sosial, dan memprioritaskan etika penelitian.
3. Langkah analisis dan interpretasi melibatkan klasifikasi, pengkodean, kontekstualisasi, dan interpretasi, termasuk mendapatkan umpan balik dari anggota komunitas.

BAB VI
ANALISIS SIBER MEDIA

Kemajuan ilmu dan teknologi mendorong munculnya inovasi dalam interaksi sosial, komunikasi, dan mencari informasi. Lahirnya media siber memberikan implikasi perubahan perilaku pada penggunaannya. Keterlibatan dalam memproduksi, mendistribusi, dan menyampaikan informasi (dari media ke audiens atau sebaliknya) menjadi kata kunci dalam setiap analisisnya.

Dalam sejarah perkembangan teknologi, Rogers mengusulkan empat fase media komunikasi: Era Menulis, Era Percetakan, Era Telekomunikasi, dan Era Komunikasi Interaksi. McLuhan, di sisi lain, membagi periodisasi perkembangan komunikasi menjadi empat bagian: Tribal Age, Literate Age, Print Age, dan Electronic Age. Periode pertama komunikasi memprioritaskan pendengaran, sentuhan, perasaan, dan penciuman di atas indera penglihatan. Periode berikutnya memprioritaskan aspek visualisasi. Era Cetak dianggap sebagai prototipe revolusi industri, sedangkan Era Elektronik diwakili oleh munculnya komunikasi melalui kabel dengan suara panjang-pendek atau telegraf sederhana.

Digital media, media online, e-media dan cyber media adalah istilah dalam new media. Media digital adalah Media baru adalah semua jenis konten digital, seperti teknologi, gambar, audio, dan teks, yang dapat diakses oleh perangkat digital. Media digital ini termasuk situs web, media sosial, gambar, audio dan video digital. Tren dan perilaku pengguna bisa digunakan untuk meramalkan masa depan media digital dan industri periklanan. Secara umum, orang tua lebih banyak menggunakan media tradisional, sementara milenial dan zelenial di bawah 40 tahun lebih suka menggunakan

media digital. Namun karena, kaum milenial menjadi mayoritas konsumen media di masa depan, semua channel tradisional pada akhirnya akan menjadi saluran digital.

A. Media Digital dari Aspek Industri

Indonesia telah membuat langkah signifikan dalam digitalisasi. Keberhasilan digitalnya dapat menjadi contoh bagi negara-negara berkembang lainnya. Namun, kemunculan media digital belum menghasilkan lebih banyak keragaman dalam kontrol kepemilikan dan konten editorial di industri media Indonesia. Tidak heran jika ada dua perspektif dalam menilai media digital, yakni sisi industri dan sisi konsumen.

Dari sisi industri, munculnya teknologi digital di media telah menyebabkan penurunan biaya produksi media dan telah membuat media mudah diakses publik. Media menjadi industri yang cukup vital dalam suatu negara, termasuk Indonesia. McQuail (Nashrudin, 2017) menyatakan media adalah suatu industri yang tumbuh dan berkembang, yang menciptakan lapangan kerja, memproduksi barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain.

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak signifikan terhadap struktur, mekanisme, pola kerja dan kepemilikan dalam industri media. Dalam beberapa tahun terakhir, beberapa industri media telah mencoba menghilangkan jarak antara newsroom atau departemen editorial dan departemen bisnis. Departemen editorial dan departemen penjualan, pemasaran dan periklanan, berkoordinasi untuk menyesuaikan konten dan iklan yang dipasang (Lukitaningsih Ambar, 2013). Namun, hal ini menyebabkan hilangnya struktur editorial, dan akibatnya, banyak konten yang disajikan mengandung konten hoax (Samples, 2019).

B. Media Digital dari Aspek Khalayak

Pada sisi lain, khalayak semakin dimanjakan dengan pilihan media dan informasi beragam. Audiens posisinya bukan lagi objek yang terpapar pasif oleh informasi, namun punya peran

keterlibatan aktif karena sifat media yang mampu mengakomodasi interaksi users secara instan dan simultan di media. Peran internet membuat khalayak bisa mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dan tentu saja melalui perangkat apapun.

Perubahan teknologi media telah memperbaharui peran audiens lebih atraktif terhadap pesan. Media memberikan kemudahan akses bagi warga dalam membuat akun situs jejaring sosial, web-blog, membuat situs sendiri bahkan menambah sumber untuk memproduksi dan mendistribusikan media. Pemilihan topik berita bisa dilakukan secara cepat lewat beragam perspektif. Melalui internet warga juga dapat mengumpulkan dan memilah perspektif berita yang ingin dibaca, serta dapat terlibat dalam merekonstruksi peristiwa yang diterbitkan dalam jurnalisme warga.

Jurnalisme warga adalah bentuk jurnalisme di mana individu yang bukan jurnalis profesional mengumpulkan, menganalisis, dan menyebarkan berita dan informasi menggunakan situs web, blog, dan media sosial.

Jurnalisme warga telah mengubah lanskap media dengan memberikan kekuatan kepada rakyat, memperluas definisi jurnalisme, dan menantang gagasan tradisional tentang pelaporan berita. Meskipun menghadirkan peluang dan tantangan, jurnalisme warga menawarkan perspektif unik dan berharga yang memperkaya wacana publik.

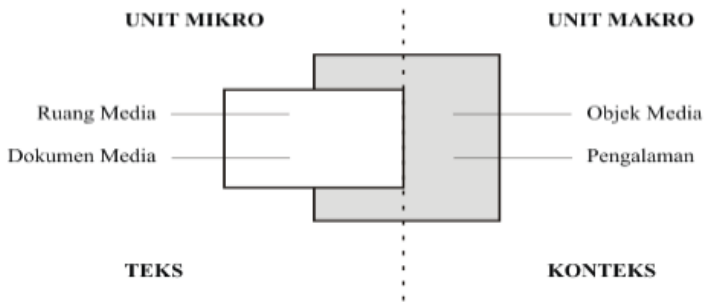
C. Implikasi Media Digital

Menurut (Nasrullah, 2015), kehadiran media siber memberikan tiga implikasi besar terhadap industri media. Pertama, menipisnya hegemoni dan berkembangnya demokrasi media. Kedua, berubahnya organisasi dan kultur media. Ketiga, persaingan dalam penjualan media dan periklanan sebagai sumber pembiayaan media semakin ketat. Dampak media siber terhadap industri media juga terlihat pada meningkatnya kerentanan organisasi media terhadap serangan siber.

Oleh karena itu, lahir media siber yang memberikan implikasi perubahan pada media massa yang mana dulunya masih menggunakan media konvensional menjadi media siber. Dalam penerapannya, menggunakan media siber memiliki keterlibatan dalam memproduksi, mendistribusi, dan menyampaikan informasi kepada audiens sebagaimana media massa lainnya.

D. Media Siber

Pemahaman akan dunia sosial media memerlukan kajian khusus. Dalam studi budaya di internet memerlukan unit analisis secara mikro dan makro. Mikro pada unit analisis teks, sedangkan makro ada pada konteks hadirnya teks. Pada prakteknya, analisis ini terbagi menjadi empat tingkatan, yakni ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman, sebagaimana dijelaskan dalam gambar berikut ini:



Gambar 6.1
Level dalam Analisis Media Siber (Nasrullah, 2014)

Ruang media dan dokumen media berada dalam unit makro atau teks, sementara objek media dan pengalaman media berada dalam unit makro atau konteks. Namun baik level objek maupun level pengalaman tidak sepenuhnya berada di ruang makro. Ini berarti, bahwa tidak setiap tingkatan dipandang sebagai objek penelitian yang independen.

Setiap tingkatan punya hubungan dan apa yang muncul dalam konteks awalnya dari teks, yang diproses terlebih dahulu melalui prosedur teknologi di media siber. Oleh karena itu, jika tingkat teks

dapat dianalisis dan dibuat menjadi laporan penelitian terpisah. Di samping itu, tingkatan konteks, objek media dan pengalaman juga harus melibatkan data yang ada dalam ruang media dan dokumen media juga.

Hal ini berarti peneliti harus mempertimbangkan keterkaitan antar level tersebut dan cara-cara di mana mereka saling mempengaruhi ketika melakukan analisis media. Secara garis besar, level-level dalam Analisis Media Siber sebagaimana dapat dilihat di bawah ini:

Level	Objek
Ruang Media (media space)	Struktur perangkat media dan penampilan, terkait dengan prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis.
Dokumen Media (media archive)	Isi, aspek pemaknaan teks/ grafis sebagai artefak budaya
Objek Media (media object)	Interaksi yang terjadi di Media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas
Pengalaman (experiential stories)	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara *offline* maupun *online*

Tabel 6.1 : Analisis Media Siber

E. Ruang Media *(*Media *Space)*

Di level ruang media, peneliti mencari prosedur pembuatan akun, konektivitas akun dengan jaringan, proses komunikasi dan prosedur apa saja yang ada di akun tersebut. Dalam hal ini, peneliti hendaknya paham prosedur kerja sebuah akun media sosial. Dengan mengikuti prosedur kerja ini, sebuah akun di media siber akan terhubung dengan akun lainnya, sehingga tercipta interaksi

antar jaringan media sosial. Akun akan hidup, terhubung, dan terkoneksi terus menerus; dengan catatan selagi server atau tempat menyimpan data dan menjadi stasiun yang terkoneksi ke jaringan internet itu tetap hidup. Suatu data dari perangkat lunak di media siber akan bisa diakses oleh mereka yang terhubung walaupun penggunanya tidak mengakses jaringan internet.

Dengan mempelajari prosedur ini, peneliti dapat lebih memahami bagaimana perangkat media siber berlaku dan memiliki aturan, yang dapat membantu organisasi mengembangkan kebijakan dan prosedur mengenai kontrol perangkat dan media untuk mengurangi risiko kehilangan, pencurian, dan potensi pelanggaran informasi sensitif.

F. Dokumen Media (Media *Archive*)

Tingkat dokumen media digunakan untuk menganalisis bagaimana konten dipublikasikan melalui media siber, termasuk teks dan makna yang terkandung di dalamnya. Pada level ini, teks yang dibuat netizen adalah unsur penting, karena teks inilah yang akan diterjemahkan untuk mendapatkan representasi para netizen. Teks, tidak sekadar mewakili pendapat atau opini pengguna media, namun teks dapat menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas netizen. Perhatian peneliti pada dokumen media ini terfokus pada teks, termasuk kalimat, foto, atau representasi visual lainnya.

G. Objek Media (Media *Object*)

Pada tingkat analisis media ini, peneliti fokus pada aktivitas dan interaksi pengguna dan antar-pengguna, baik dalam unit makro maupun mikro. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti praktik etnografi komunikasi di mana mereka fokus pada penelitian di lapangan, melakukan pengamatan, mengajukan pertanyaan kepada subjek, berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, dan atau menguji bagaimana persepsi atau intuisi

masyarakat lokal terjadi, hanya di media cyber. Berbeda dengan level dokumen media dimana peneliti hanya berfokus pada teks produsen, pada level ini peneliti bergeser ke bagaimana teks tersebut ditanggapi atau berinteraksi dengan pengguna siber lainnya. Peneliti dapat mengumpulkan data dari teks di media siber serta konteks di sekitar teks tersebut.

H. Pengalaman *(Experiential Stories)*

Pada tingkat pengalaman media, peneliti meneliti alasan teks diproduksi dan dampaknya, menghubungkan realitas maya dengan realitas nyata. Media sosial yang dikelola secara agamis, dengan melibatkan SDM, materi, narasumber. Tujuannya untuk menularkan hal ini kepada masyarakat umum, khususnya anak muda yang gemar menggunakan media sosial, sehingga memiliki frame yang sama dengan insan media sosial Islam.

BAB VIII

INTERAKSI PENGGUNA AKUN PADA MATERI DAKWAH GUS BAHA, KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI

Sebagai bagian wacana kebangsaan dan agama, moderasi masih urgen digaungkan di tanah air. Apalagi keragaman agama dan kepercayaan selalu menjadi perhatian. Dari total 267 juta jiwa, 85 persen penduduknya muslim. Hingga layaklah Indonesia dijuluki *The Biggest Moslem population.*

Dalam menyikapi persoalan keberagamaan, masyarakat muslim saat ini terhimpun dalam pusaran dua kutub. Satu sisi pendukung, di sisi lain sebagai penentang. Hal ini semakin memuncak lewat dukungan teknologi digital. Penggunaan media digital, bukan sebatas alat komunikasi, namun sarana dakwah dan kontestasinya.

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan aktivitas netizen pada akun facebook Ma'ruf Khozin; dan Instagram dalam akun @gayengco dan @khodimukum_humaed. Khususnya saat netizen menyampaikan ide pemikiran mereka. Komentar itu terbagi tiga yakni netizen yang mendukung, mengkritik, dan netral.

Pembahasan ini peneliti akan membagi dalam tiga akun yang menjadi fokus penelitian, yakni:

A. Akun Gus Baha

Profil Gus Baha. KH. Bahaudin Nur Salim atau akrab dipanggil Gus Baha merupakan salah satu tokoh ulama yang ceramahnya banyak mendapatkan tempat di hati Masyarakat muslim Indonesia. Selain itu, banyak tulisan-tulisan yang mengangkat tentang Gus Baha. Berdasarkan pencarian di google scholar, ada sekitar 3.010 pencarian dengan kata kunci Gus Baha.

Dengan kata lain, Gus Baha merupakan salah satu tokoh ulama yang fenomenal dimana bukan hanya dari segi dakwahnya saja tetapi juga beliau berperan besar dalam meredam pikiran-pikiran yang berlebihan atau ekstrim.

KH. Bahaudin adalah nama asli beliau dan Nur Salim merupakan nama ayahnya. Hal ini umum dilakukan pada penyebutan nama yang hanya terdiri dari satu kata sehingga disematkan nama ayah pada bagian akhir. Beliau lahir pada tanggal 29 September 1970.

Gus Baha dikenal masyarakat muslim sebagai ahli tafsir al-Qur'an. Semasa kecilnya, beliau dididik oleh ayahnya, KH. Nur Salim yang merupakan penghafal al-qur'an. Setelah selesai menghafal al-Qur'an, Gus Baha *dipondokkan* ke al Anwar Sarang Jawa Tengah dibawah asuhan KH. Maimoen Zubair. Pondok pesantren al Anwar ini Sebagian besar pembelajarannya adalah *ngaji* tentang fikih dan hal ini didukung juga dengan pernyataan Gus Baha dalam acara-acara seminar dan pengajiannya (Musthofa 2022). Setelah pulang dari al Anwar, beliau banyak mengisi kajian-kajian yang menjadikannya terkenal dalam bidang tafsir al-Qur'an.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Musthofa, alasan jemaah mengikuti Ceramah Gus Baha salah satunya yaitu materinya yang mudah dimengerti. Manfaat mendengarkan ceramah Gus Baha yaitu sebanyak 41% memberikan efek santai dan percaya diri dalam beragama sekaligus santai dalam berislam. Gus Baha memberikan pengaruh yang besar dalam mewarnai corak islam di Indonesia. Hasil dari pertanyaan tentang pengaruh mendengarkan ceramah Gus Baha yaitu 41% menjadi muslim yang santai dan percaya diri; 35% menjadi muslim yang moderat dan toleran; dan 24% menjadi muslim yang berbahagia.

Akun Instagram @gayengco santri gayeng merupakan salah satu akun dakwah dengan focus syiar islam. Akun ini berdiri pada tahun 2018. Latar belakang dibuatnya akun ini adalah karena santri banyak menjadi rujukan masyarakat dalam mempelajari Islam.

Santri gayeng hadir dengan ciri khasnya yaitu menggunakan bahasa Jawa dalam setiap dakwahnya. Menurut pengelola @gayengco santri gayeng, Ahmad Romli, dengan adanya akun ini diharapkan mampu membantu Masyarakat yang membutuhkan dakwah islam dan dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

Santri gayeng didirikan oleh Gus Yasin Maimoen. Awalnya akun ini dibentuk untuk menyukseskan pemilihan kepala daerah provinsi Jawa Tengah. Pada saat itu Gus Yasin ditetapkan sebagai Wakil Gubernur Jawa Tengah bersama dengan Ganjar Pranowo. Anggota akun ini terdiri dari para koordinator kabupaten, penasehat dan para muhibbin, alumni Sarang, Lirboyo, dan Ploso. Gus Baha Nur Salim turut menjadi penasehat di akun ini. Santri gayeng hadir sebagai mitra Gus Yasin dalam mengenalkan sisi nasionalisme melalui aspek religious. Konsep ini sesuai dengan wasiat Mbah Maimoen Zubair yaitu nasionalis religious (Miftah, 2022).

Selain di Instagram, platform santri gayeng juga bisa ditemukan di youtube, twitter, tiktok, facebook, dan telegram. Di ig @gayengco, followernya berjumlah 230.093 dengan jumlah like/post 2.069 dengan comment/post 13. Bergabung di Instagram pada bulan Desember 2018 lalu dan terverifikasi (centang biru) pada Oktober 2020.

1. Tangkapan Layar Postingan Admin Gus Baha

Dalam akun ig gayengco, video yang disajikan bukan hanya potongan ceramah Gus Baha melainkan juga video dari gus Idror, Gus Kautsar dan Gus Ghofur. Admin juga tidak kalah aktif untuk posting ujaran-ujaran yang mengajak dalam kerukunan umat. Di bawah ini beberapa tangkapan layer dari postingan admin gayengco yang tidak kalah meneduhkan.

Perbedaan, perbedaan dalam cara beragama merupakan kelaziman. Sama sekali tak dapat dihindari. Salah satu faktor penentunya adalah perbedaan karakter manusianya. Postingan ini

disukai 540 orang. Berusaha menjawab pertanyaan kok bisa ada ulama' beda pendapat? Beda sikap? Beda pemikiran?

Gambar 8.1 : Postingan Admin gayengco

Harus Toleransi, toleransi artinya jangan sampai perbedaan agama membuat kekisruhan. Agamamu agamamu, agamaku agamaku. Oleh karena itu, kita harus mempunyai peradaban. Yang bertentangan ndak usah disatukan, ndak usah dibuat ramai-ramai. Postingan ini disukai 535 orang. Mencoba menjawab pertanyaan yang berbeda biarkan berbeda. Mana mungkin disamakan?. Kendati demikian yang sama harus dijaga. Bukankah melalui persamaan kita bisa menciptakan perdamaian?!

Gambar 8.2 : Postingan Admin gayengco

Satu Meski Berbeda, biar bagaimanapun perbedaannya, manusia tetap bisa disatukan, walau agama berlawanan. Masih ada banyak hal yang bisa dipakai untuk mempersatukan daripada memecahkan. Postingan ini disukai 295 orang.

Gambar 8.3 : Postingan Admin gayengco

Mempersatukan Perbedaan, orang itu harus tahu perbedaan, harus tahu titik persamaan. Lalu puncaknya adalah bagaimana mempersatukan, bagaimanapun berbedanya manusia agar tetap bisa disatukan. Walaupun berbeda agama, itu adalah urusan vertikal dengan Tuhan, sedangkan urusan horizontalnya sama.

Gambar 8.4 : Postingan Admin gayengco

Hablum minallah, hablum minannas. Bangsa Indonesia membentuk negara yang tidak melupakan Tuhan (*hablum minallah,* hubungan dengan Allah) seraya mengakui keragaman realitas sosial (*hablum minannas*, hubungan dengan manusia).

Mempraktikkan prinsip *hablum minallah* tidak dapat dilepaskan dari praktik *hablum minannas*. Bahkan menjadi ketentuan yang tidak terpisahkan.

Gambar 8.5 : Postingan Admin gayengco

Indahnya Perbedaan, orang itu berbeda-beda. Ada yang begini, ada yang begitu. Maka, manusia jangan diharapkan bisa sama semua, justru dengan perbedaan itu bisa jadi seni yang indah. Ada kuning, merah, hijau, biru. Kalau hanya satu warna, jadi tidak menarik.

Gambar 8.6 : Postingan Admin gayengco

2. Netnografi Moderasi Beragama pada Akun Instagram @gayengco Postingan Gus Baha

Salah satu bentuk *investigation of foundation of religion* adalah postingan-postingan di Instagram @gayengco yang berisi tentang potongan cuplikan pengajian Gus Baha. Pada pembahasan ini, bagaimana interaksi yang terbentuk dalam postingan-postingan di Instagram santri gayeng @gayengco dianalisis melalui pendekatan netnografi yaitu melihat mempelajari dan memahami kehidupan, pengalaman budaya yang tercermin dalam jejak digital, praktik dan sistem jejak online (teks, grafik, fotografi, audiovisual, music dan lainnya) (Eriyanto, 2021). Tahapan dalam penelitian netnografi yang dilakukan adalah sebagai berikut: pengenalan data, membuat koding awal, mencari tema, meninjau tema dan menulis laporan terkait data-data yang sudah diperoleh.

a. Pengenalan data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah postingan Instagram santri gayeng @gayengco dari tahun 2022 sampai 2023. Postingan pada akun ini tidak hanya berisi potongan ceramah Gus Baha melainkan juga ceramah Gus Ghofur dan Gus Idror. Meskipun demikian, potongan ceramah Gus Baha lebih mendominasi. Postingan-postingan yang dijadikan sampel adalah yang berkaitan dengan pesan-pesan untuk bergama secara moderat yang berjumlah kurang lebih 11 postingan. Dari 11 postingan tersebut, terdapat sekitar 143 komentar netizen. Selanjutnya peneliti melakukan koding awal terhadap komentar-komentar tersebut.

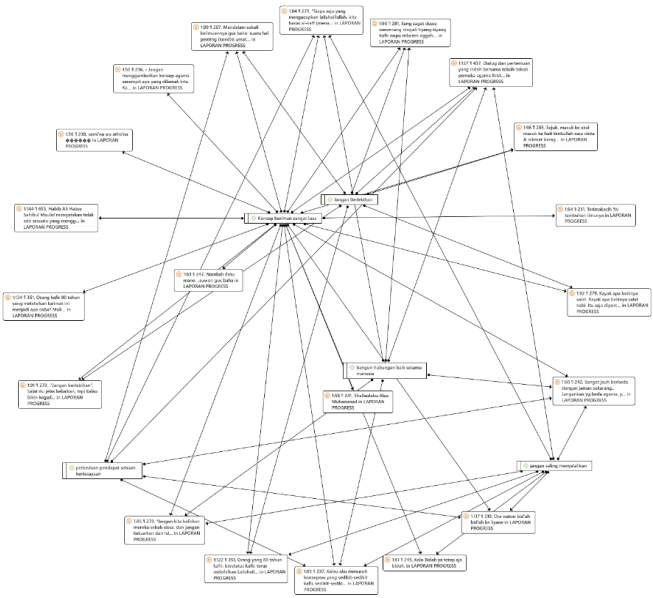
b. Membuat koding awal

Langkah selanjutnya peneliti membuat koding awal sesuai dengan 11 tema yang telah dipilih, diantaranya adalah bangun hubungan baik, bid;ah : antara kurang ilmu atau menutup diri, jangan berlebihan, jangan saling menyalahkan, janganlah menebar ketakutan (teror), kesepakatan untuk kaum kafir, konsep beriman sangat luas, perbedaan pendapat sebuah keniscayaan, tahlil bid'ah?, tradisi ulama untuk menjaga dan selalu berhati-hati.

c. Mencari Tema

Berdasarkan tema besarnya yaitu moderasi, maka peneliti mengelompokkan postingan ceramah gus baha ke dalam tema-tema berdasarkan indikator dalam moderasi beragama yaitu jangan berlebihan, membangun hubungan baik sesama manusia dan jangan mudah membid'ahkan dan mengkafirkan sesama muslim.

d. Menulis Laporan



Gambar 8.7. Network @gayengco Gus Baha

3. Interaksionisme Simbolik antar Netizen

a. Jangan Mudah Membid'ahkan dan Mengkafirkan

Tema ini berasal dari cuplikan yang berjudul "jangan menggambarkan konsep agama sesempit apa yang ada di benak kita". "Orang badui itu kan tidak tahu sama sekali. Datang ke Rasulullah. Rasulullah itu kan bukan orang kaya. Ya Rasulullah saya ingin minta sesuatu. Karena Nabi bukan orang kaya kira-kira andaikan di Indonesia oleh Nabi hanya diberi Rp.10 ribu. tapi orang desa itu kecewa "Orang seterkenal Nabi kok memberi uang hanya

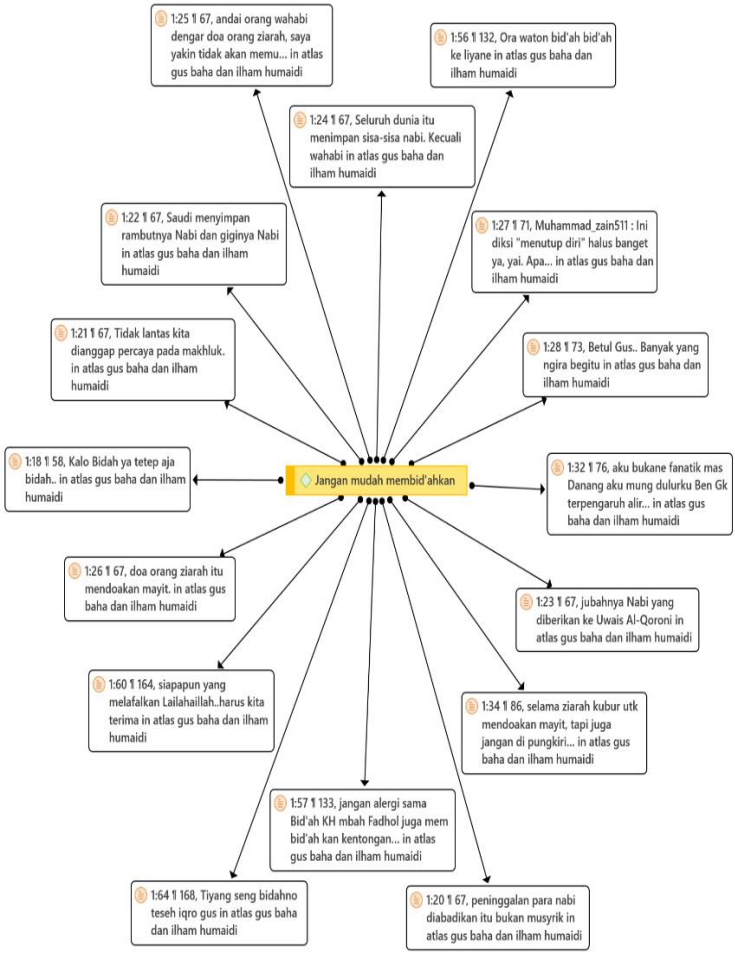
Rp. 10ribu dan itu di depan umum. (kata Badui) “Saya tidak puas, dan kamu memang bukan orang baik”. Singkat cerita karena mengomentari Nabi bukan orang baik maka sahabat mau membunuh orang desa tadi. Lalu kata Nabi, “Jangan! Jangan kamu bunuh!” Nabi bilang begini, “Nanti sore kamu datang ke saya” singkat cerita orang desa tadi diajak pulang dan diberi banyak, kalau sekarang mungkin ditambahi Rp. 100.000 – Rp. 200.000. lalu orang desa tadi ditanya (Kata Nabi) “Apakah saya sudah baik memberi kamu?” Kata Badui “O baik sekali” Ibarat kata Rasulullah “Saya ini Nabi, yang bisa mengelola orang siapa saja, termasuk Badui sekalipun “**Kalau aku menuruti konsepmu yang sedikit-sedikit kafir, sedikit-sedikit menyalahkan orang, tidak akan ada orang beriman**” bahkan bagi Nabi, iman dengan cara dibayar itu sah”.

Postingan ini mendapat respon pro dan kontra. Bagi netizen yang pro, mereka memberikan emoticon gambar hati, emoticon kedua telapak tangan yang menyatu, bagian jari menghadap ke atas, emoticon menengadahkan kedua telapak tangan seperti orang sedang berdoa, ataupun emoticon tepuk tangan (symbol persetujuan). Selain melalui symbol, netizen juga memberikan respon dengan kata-kata yang dirangkai menjadi kalimat seperti “nambah ilmu mane, suwon gus baha” (nambah ilmu lagi, terima kasih gus baha); terima kasih Yai tambahan ilmunya; sami'na wa atho'na yang artinya kami mendengar dan kami taat; dan juga respon netizen yang bersedih (emoticon seseorang yang meneteskan air mata) mengingat kondisi sekarang yang sangat mudah mengkafirkan sesama muslim. Respon kontra berupa kalimat “Kalo Bidah ya tetep aja bidah..” yang kemudian mendapat respon dari netizen lain yang mengatakan akun fake.

Postingan yang kedua terkait kalau ada yang membid'ahkan, kemungkinannya ada 2 yaitu karena kurang ilmu atau menutup diri. “Jadi, kalau peninggalan para nabi diabadikan itu bukan musyrik. Tidak lantas kita dianggap percaya pada makhluk.

Sehingga dalam hal ini wahabi itu sendiri. Di seluruh dunia itu sendiri. Saudi menyimpan rambutnya Nabi dan giginya Nabi. Dan jubahnya Nabi yang diberikan ke Uwais Al-Qoroni. Seluruh dunia itu menyimpan sisa-sisa nabi. Kecuali wahabi. Wahabi itu tidak menyimpan itu. Bahkan menganggap sebagai dosa besar. **Jadi, andai orang wahabi dengar doa orang ziarah, saya yakin tidak akan memusyrikkannya**. Mereka menuduh musyrik karena apa? **Kita dituduh meminta ke kuburan**. Sementara doa orang ziarah itu mendoakan mayit. Bahkan jika itu gurunya pun, kesalehannya di ta'liq. Allahumma inkaana muhsinan fazid fii ihsaanihi "Jika guruku baik, tambahkan kebaikannya" "Jika guruku orang buruk, hapuskan keburukannya!". Makanya Nabi tidak boleh dishalati jenazahnya"

Postingan ini mendapat respon pro dan kontra, salah satunya dari Ronald_fahrenheit Setuju Gus Baha selama ziarah kubur utk mendoakan mayit, tapi juga jangan dipungkiri masih ada yg ziarah kubur minta doa kepada mayit agar dikabulkan... Padahal yg mengabulkan doa itu Allah bukan mayit / orang yg sudah mati 🙏. Komentar ini direspon oleh admin gayengco bahwa hal ini hanya persoalan ketidakpahaman saja dari orang awam jadi tidak perlu untuk menyalahkan ziarah.

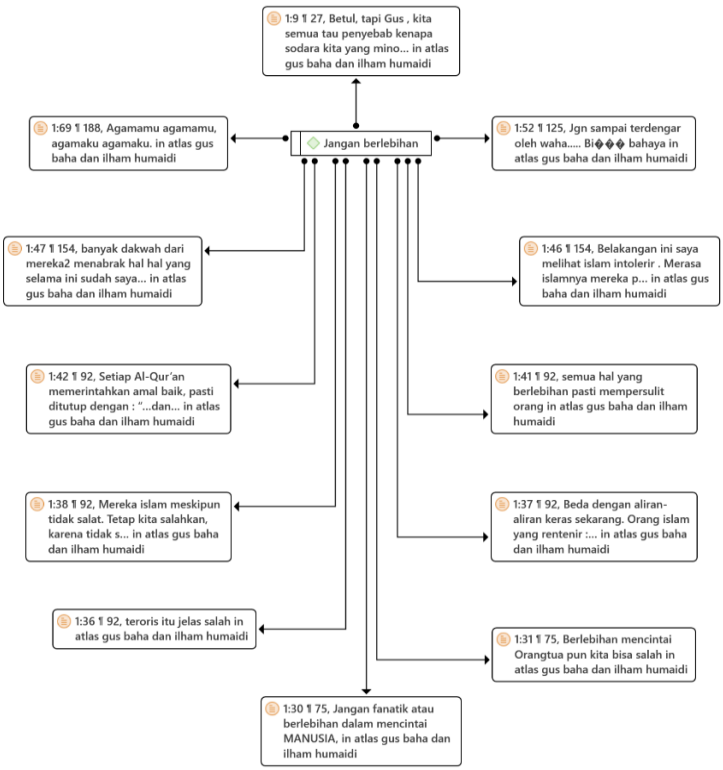


Gambar 8.8. Network Jangan Mudah Membid'ahkan

b. Jangan Berlebihan

Postingan ini muncul setelah tragedi bom bunuh diri pada Minggu pagi di Gereja Katedral Makassar. Admin santri gayeng @gayengco diamanahi untuk menyampaikan pesan gus baha untuk semua umat muslim. Penggalan pesan tersebut seperti berikut: ... **Setiap Al-Qur'an memerintahkan amal baik, pasti ditutup dengan : "...dan janganlah berlebihan!!!"** karena berlebihan itu memakan banyak korban. Postingan ini mendapat respon baik dari netizen, tidak ada yang mempertentangkan. Pola yang sama dari

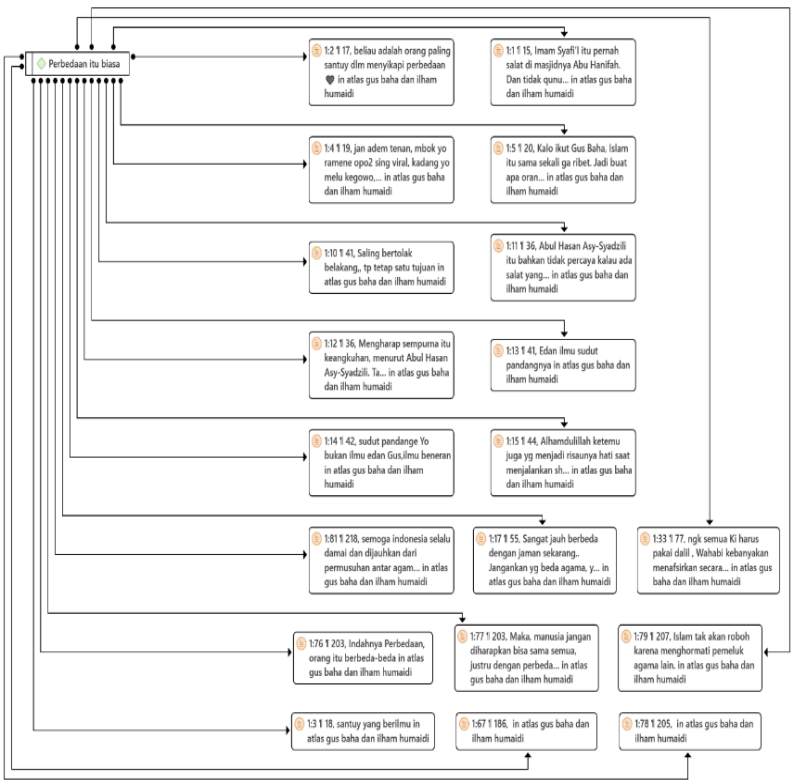
setiap respon pada postingan gus baha adalah isi ceramah beliau yang selalu menyejukkan. “Sejuk, masuk ke akal masuk ke hati timbullah rasa cinta & nikmat beragama Islam. Terima kasih Kiai 🙏”, respon netizen ini yang sangat mendalami pesan yang disampaikan bahwa beragama tidak perlu secara berlebihan, cukup di tengah-tengah, dan itupun sudah nikmat. Pesan yang disampaikan dengan ringan, mudah diterima akal dengan logika yang sederhana, menjadi salah satu alasan kenapa banyak Jamaah yang mengikuti pengajian beliau. Mendalam sekali keilmuannya gus baha' suatu hal penting (kondisi umat yg dibenturkan dengan berbagai ideologi asing di luar sana) dibawakan dengan jenaka.



Gambar 8.9. Network Jangan Berlebihan

c. Perbedaan pendapat adalah keniscayaan

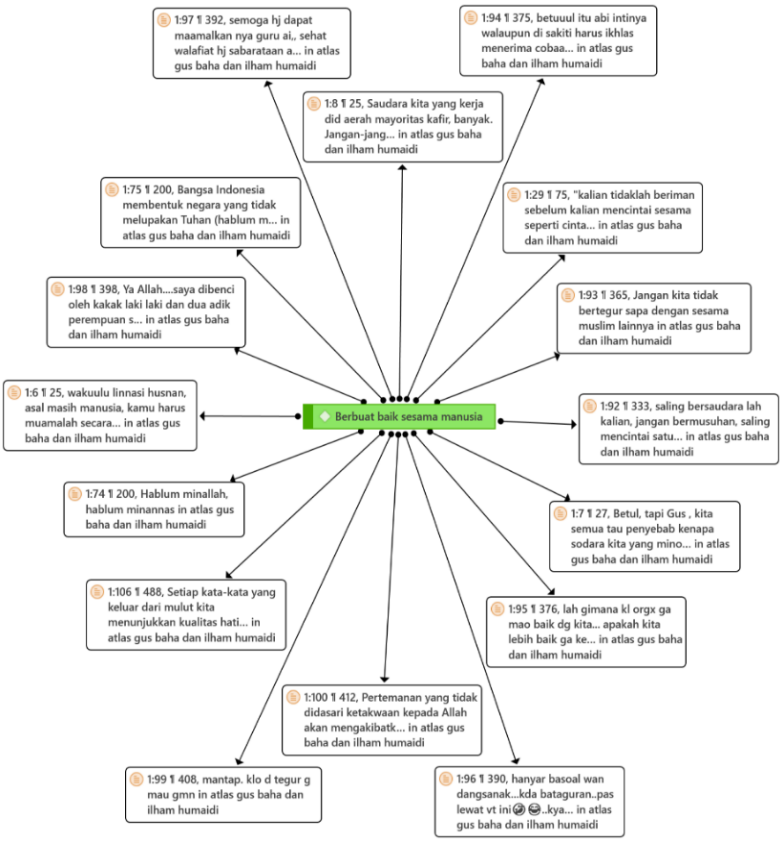
Postingan ini diberi judul Perbedaan pendapat itu sebuah keniscayaan. Semua orang alim bisa menghadapinya dengan baik. CONTOHLAH! Yang diupload pada 26 Februari 2022. Beliau mencontohkan perbedaan takbir pada shalat mayat. Respon dari netizen setuju bahwa perbedaan pendapat itu tidak apa-apa, masing-masing punya dasarnya yang kuat. Beberapa respon menunjukkan bahwa Gus Baha adalah orang yang santuy dalam menyikapi perbedaan. Hal ini ditanggapi oleh netizen lain bahwa beliau itu santuy yang berilmu. Muncul interaksi antara netizen yang sama-sama setuju bahwa perbedaan itu suatu keniscayaan dan Islam itu sama sekali ga ribet.



Gambar 8.10. Network Perbedaan Itu Indah

d. Berbuat baik terhadap sesama

Tema ini berasal dari video yang diposting pada tanggal 20 Januari 2023 dengan judul "selagi masih sesame manusia, bangunlah hubungan yang baik dimanapun". Berikut penggalan ceramah gus baha yang mengisyaratkan untuk berbuat baik sesama manusia "…Pasti ada hukum timbal balik. Makanya kenapa kita diajarkan **wakuulu linnasi husnan, asal masih manusia, kamu harus muamalah secara baik**. Karena kita butuh…". Respon terhadap postingan ini baik, tetapi ada salah satu netizen yang meragukannya. "Betul, tapi Gus , kita semua tahu penyebab kenapa saudara kita yang minoritas di berbagai negara di dzolimi itu Bukan lain karna issue terorisme. Yang juga kita tau bahwa sebenarnya terorisme dan islamophobia itu by design. Dan ada campur tangan Non Muslim dan misionaris dibalik layar.". Postingan ini mengandung pesan bahwa manusia sebagai makhluk sosial tidak bisa hidup sendiri. Kita butuh orang lain, orang lain butuh kita. Jadi ada timbal balik sesama manusia, baik yang agamanya sama maupun berbeda. Asal masih manusia artinya yang berbeda suku, agama, bahasa, budaya pun kita tetap dituntut untuk berhubungan dengan baik.



Gambar 8.11. Network Berbuat Baik Terhadap Sesama

Interaksi yang terjalin antara netizen yang memberikan responnya terkait pesan yang disampaikan melalui akun ig santri gayeng @gayengco menunjukkan ketaatan. Dawuh dalam bahasa Jawa artinya siap. Bahasa ini menunjukkan tingkatan yang sesuai dengan lawan bicara. Sendiko dawuh merupakan bahasa krama inggil yang digunakan untuk berbicara pada orang dengan status yang lebih tinggi. Jemaah gus baha pun menempatkan posisi di bawah beliau sehingga jawaban nderek dawuhe gus, menunjukkan ketaatan pada Jemaah terhadap Gus Baha. Orang Jawa yang menjunjung tinggi nilai kesopanan, tata krama salah satunya ditunjukkan dari bahasa yang digunakan. Frase lain yang digunakan adalah adem, sejuk, menandakan bahwa isi ceramah gus baha

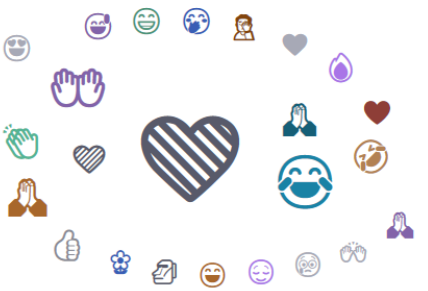
membuat ketenangan jiwa. Interaksi antar netizen pun masih terbilang "aman" dalam artian tidak ada umpatan-umpatan yang membuat panas telinga. Apabila dilihat dari tahapan bentuk komunitas virtual, maka followers santri gayeng @gayengco adalah building karena ada ikatan emosional kuat diantara para anggotanya.

4. Interaksi Pengguna Akun

Interaksi pengguna akun di ig gayengco dalam memahami materi dakwah Islam sesuai dengan tujuan, pendekatan, dan pandangan individu yang terlibat dalam proses tersebut. Beberapa cara di mana netizen berinteraksi dalam memahami materi dakwah Islam di akun instagram gayengco:

a. Memberikan Icon Emoticon

Pada kolom komentar yang di posting admin Gus Baha, netizen memberikan respon dengan berbagai cara. Ada yang memberikan responnya dengan menekan tombol *like* ❤ ataupun memberikan responnya di kolom komentar. Respon di kolom komentar dapat berupa symbol-simbol icon seperti hambar hati, menengadahkan tangan, mengacungkan jempol, wajah gembira, wajah menertawakan, tepuk tangan, api berkobar, menyatukan kedua telapak tangan dan lain sebagianya. Pada postingan gayengco, beberapa simbol emot yang peneliti temukan dengan menggunakan atlas.ti 23 word frequencies adalah sebagai berikut :



Gambar 8.12. Word Frequencie (Simbol) yang Terdapat pada Postingan gayengco Gus Baha

Dari gambar XX tersebut, respon paling banyak adalah berupa gambar hati. Emot gambar hati tidak selalu mempunyai makna romantic tetapi dapat juga dimaknai sebagai bentuk dukungan, persetujuan, ataupun rasa kasih sayang bahwa beliau sangat berharga sehingga perlu dijaga. Seperti yang ditemukan dalam kolom komentar yang mendoakan sembari memberikan emot love di bagian akhir. Dari word frequencies pada kolom komentar gayengco ini dapat disimpulkan bahwa netizen menyukai pesan-pesan yang disampaikan Gus Baha dengan memberikan reaksi berupa emot heart.

Emot lain yang juga peneliti temukan adalah berkaitan dengan emot orang tertawa (menertawakan). Emot ini banyak ditemukan terutama dalam postingan jangan mudah membid'ahkan ataupun mengkafirkan. Emot ini dipasang untuk merespon kaum wahabi, khawarij yang mudah membid'ahkan dan mengkafirkan sesama saudara muslimnya karena ada perbedaan dalam ritualnya. *Ajahkhorul : khawarij ancen angel kandanane* 😂😂😂 atau *Sang.sulung : Uteke wong Khowarij utek elek* 😂😂😂. Postingan ini juga berhubungan dengan postingan perbedaan itu suatu keniscayaan. Emot yang muncul pada tema-tema ini adalah emot wajah menertawakan, emot wajah batu, haduh, sambil memukul kepala dengan telapak tangan. *Kamerad.feb: @sicario_2788 dan kau org Khilafah HTI @felixsiauw yg cari rusuh aj mengkafirkan* 🤣🤣 *sama aj dgn Wahabi* 🗿🗿.

Emot mengacungkan jempol, kedua telapak tangan menyatu, tepuk tangan muncul ketika netizen puas dengan pesan Gus Baha. Bahkan juga sangat mengagumi dengan pemikiran beliau yang sangat mudah dicerna dan dipahami netizen. *Aldinug25: Edan ilmu sudut pandangnya* 👏👏🔥🔥 *Hasanmin23 @aldinug25 sudut pandange Yo bukan ilmu edan Gus,ilmu beneran* 😂.

b. Menggunakan diksi-diksi tertentu

Respon yang ditangkap peneliti, selain berupa emot juga mengenai bahasa. Gus Baha sebagai orang Jawa, mayoritas isi pengajian Gus Baha menggunakan bahasa Jawa dengan alasan supaya makna dari tafsir yang sudah beliau lakukan tidak hilang. Ada banyak kata dalam bahasa Jawa yang tidak ditemukan padanannya dalam bahasa Indonesia sehingga makna atau artinya tidak pas. Selain itu, Gus Baha juga merasa bahwa dirinya bukan Kia Nasional tetapi beliau merasa sebagai Kiai lokal, Kiai kampung yang hanya dikenal oleh orang-orang di daerahnya sendiri.

Banyak ditemukan di kolom komentar penggunaan bahasa Jawa seperti leres (benar), dawuh (perintah, perkataan), adem (dingin, menyejukkan), kulo (saya), angsal (boleh), yai (Kyai). *Srawung.konveksi : jan adem tenan, mbok yo ramene opo2 sing viral, kadang yo melu kegowo, ning nek iling Dawuh e Gus Baha, malih ra sido melu2* (sejuk sekali, meskipun banyak yang sedang viral, kadang mau mengikuti, tetapi karena ingat perintah, pesan dari Gus Baha, tidak jadi ikut-ikutan) *Rudyymuhamad : ngaji karo gus baha penak senajan mung online ratau kepetuk* 😍 (mengaji dengan Gus Baha itu enak meskipun secara online, tidak pernah ketemu/tatap muka) *13.ahmadhilmi : Seng saget duwe wewenang ningali tiyang-tiyang Kafir nopo mboten nggeh Gusti Allah, mboten apik njupuk wewenang e Pangeran* (yang bisa punya wewenang melihat apakah orang itu kafir atau bukan itu ya cuma Gusti Allah, tidak baik lho kita mengambil wewenang Gusti Pangeran) *Ronaldz_fahrenheit : Leres Gus Baha* (ya, betul Gus Baha).

Orang Jawa juga mempunyai karakter yang tepo seliro, sopan santun, cenderung menghindari konflik. Inilah yang menyebabkan di postingan gayengco tidak banyak ditemukan caci maki atau debat yang sangat panjang. Juga sangat santun, seperti misalnya komentar *Asadullahssaf: Pangapunten dalem.. ini bisa didapatkan dari referensi mana ya? Saya ingin membaca. Matur suwun.* Diawali dengan *pangapunten dalem* (maaf seribu maaf) ini adalah bahasa

yang sangat halus dan Asadullahssaf ini sangat beradab, ketika menanyakan terkait sumber dan referensinya diawali dengan mengucap maaf beribu maaf.

c. Menunjukkan Ketaatan

Interaksi berikutnya yang peneliti temukan adalah adanya hubungan ketaatan. Pesan-pesan yang disampaikan Gus Baha menjadi perintah. Kalimat perintah salah satunya diawali dengan kata jangan. Pada postingan di akun gayengco ini, banyak diawali dengan kata jangan seperti jangan mudah membid'ahkan, jangan mudah mengkafirkan, jangan mudah menyalahkan, jangan berlebihan. Dan pesan ini direspon dengan komentar-komentar yang menunjukkan kepatuhan, ketaatan seperti *Maz_hani : sami'na wa atho'na* 💚 👐; *Kindessmuafi : Leres* 💋; *Masdukibanyuwangi340 : Sangat leres gus; Khiron3562 @ Ben_haleem26 klebbus bro dawuhe; Srawung.konveksi : jan adem tenan, mbok yo ramene opo2 sing viral, kadang yo melu kegowo, ning nek iling Dawuh e Gus Baha, malih ra sido melu2; Munirul1922 : Kalo ikut Gus Baha, Islam itu sama sekali ga ribet. Jadi buat apa orang2 ribut karena beda pendapat yang sepele.* ❤️*; Moncahalas : Alhamdulillah ketemu juga yg menjadi risaunya hati saat menjalankan sholat* 🔥 ❤️ *...; Zarden.zarden.5 : Bismillahirrahmanirrahim* 👐🙏 👐 *Shallaulahu Alaa Muhammad* 👏 *Jazakallahu Khairan* 🙏 👐*; Nu.pronojiwo : Terimakasih Yai tambahan ilmunya; wafadhiemas : Siap Gus; Suandisuryadani : Sejuk, masuk ke akal masuk ke hati timbullah rasa cinta & nikmat beragama Islam. Terima kasih Kiai* 🙏*; Ben_haleem26 : Mencoba belajar memiliki sudut pandang sepeti gus baha', bener2 adem ayem* 😌.

Interaksi yang terjalin antara netizen yang memberikan responnya terkait pesan yang disampaikan melalui akun ig santri gayeng @gayengco menunjukkan ketaatan. Apabila dilihat dari tahapan bentuk komunitas virtual, maka followers santri gayeng

@gayengco adalah *building* karena ada ikatan emosional kuat diantara para anggotanya.

B. Akun Ma'ruf Khozin

Fenomena keagamaan online yang berkembang saat ini membuktikan bahwa otoritas keagamaan di ruang digital perlu untuk digali lebih mendalam lagi. Tak dapat dipungkiri, bahwa fenomena transmisi ajaran Islam di internet tidak boleh dipahami hanya sebatas kampanye populisme agama. Namun harus dilihat bahwa telah terbentang peluang untuk memperluas otoritas keagamaan di ruang digital. Dengan demikian, praktik pembelajaran Islam secara online tidak akan pernah lepas dari kerangka keagamaan tradisional. Pola keislaman offline, baik kontur berfikir dan artikulasi perilaku akan tetap menjadi sumber utama bagi praktik dan paham keagamaan online. Internet yang telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari umat Islam saat ini menjadi dasar bahwa kajian online-offline tidak lagi menjadi persoalan yang diperdebatkan.

Penyerapan pengetahuan tentang keislaman telah menunjukkan hubungan timbal balik yang produktif dalam konteks online-offline. Keduanya bernegosiasi (walaupun pada posisi tertentu berkontestasi) untuk membangun hubungan kontekstual dalam masyarakat Islam kontemporer. Berbicara dalam kerangka moderasi beragama, penting untuk dijadikan landasan moral bahwa kelompok muslim moderat harus bersuara dan memproduksi narasi sebanyak mungkin di ruang siber. Fenomena radikalisme (fokus pada Islam radikal) yang gencar digaungkan dalam ranah media sosial, menjadi bukti konkrit agar para kyai moderat turun gunung dan ikut kontestasi di ruang siber. Salah satu kyai moderat yang memiliki banyak karya buku kekinian dan turut andil dalam menangkal paham radikal adalah KH. Ma'ruf Khozin.

KH. Ma'ruf Khozin mulai dikenal sejak aktif di media sosial facebook dan mendapatkan centang biru sebagai pertanda bahwa memiliki follower ratusan ribu (jumlah followernya 120.000). Lahir

pada 4 April 1980 di desa Ganjaran Gondanglegi Malang. Berdomisili di Surabaya dan saat ini menjadi pimpinan Pondok Pesantren Raudlatul Ulum Suramadu yang didirikannya. Selain menjadi pimpinan pesantren, beliau juga menjadi direktur aswaja NU Center Jawa Timur. Pendidikan beliau dilakukan melalui jalur informal yakni Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri.

Postingan beliau rata-rata adalah terkait hukum fiqh keseharian, lelucon ala para Gus dan santri, juga hal-hal yang kekinian terkait persoalan keagamaan. Sejak wacana moderasi beragama ditegaskan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, kelompok radikalis makin menampakkan gaungnya di media sosial. Sejak saat itu pula KH. Ma'ruf Khozin ikut turun gunung mengantisipasi fenomena keagamaan online.

Postingan yang di upload oleh KH. Ma'ruf Khozin merupakan kontra-narasi yang selalu dilemparkan oleh kaum radikal Islam salafi-wahabi. Beliau juga menyajikan kutipan dalam kitab-kitab yang memperkuat postingannya. Hal ini tentunya menjadikan pernyataan-pernyataan dari kelompok Islam radikal tidak mampu memenuhi klaim validitas sehingga tidak tercapai konsensus intersubjektif. Tidak sebatas postingan, KH. Ma'ruf Khozin juga menerbitkan karya tulis dalam bentuk buku dengan judul "Benarkah NKRI Negara Kafir". Seperti yang disampaikan dalam sinopsis singkat oleh Prof A'la (Rais Syuriah PBNU), bahwa buku ini menelanjangi kelemahan gugatan, penolakan atau penentangan terhadap NKRI melalui dalil burhani yang diolah dari sejarah Islam, teks ajaran Islam dan kontekstualisasi ajaran Islam. Buku ini menjawab tuduhan: 1. NKRI Negara Kafir, 2. Pancasila Sistem Thaghut, 3. Orang yang tidak menjalankan hukum Allah adalah Kafir, Zalim dan Fasiq, 4. Anti Syariat Islam karena tidak menerapkan Islam secara Kaffah, 5. Memerangi negara yang dituduh kafir.

Gambar 8.13. Postingan Fb Ma'ruf Khozin

Gambar 8.14. Postingan Fb Ma'ruf Khozin

Terbitnya buku "Benarkah NKRI Negara Kafir" karya KH. Ma'ruf Khozin, menjadikan kaum Islam radikal di media sosial facebook semakin masif. Postingan di akun Facebook KH. Ma'ruf Khozin pada tanggal 28 Oktober 2022 merupakan puncak perdebatan hubungan agama dan negara yang dianggap thaghut oleh paham radikal. KH. Ma'ruf Khozin memberikan undangan untuk para pejuang khilafah Ke PPs Raudlatul Ulum Suramadu. Dalam postingannya, beliau berkata: "Buku saya berkaitan 'Benarkah NKRI Negara Kafir' telah sampai ke saudara-saudara Hizbiyyun, pejuang khilafah. Di akun mereka buku saya difoto lalu didiskusikan. Ada yang ngetag saya. Ada juga yang minta diskusi di kolom komentar. Saya tidak bersedia. Saya hanya mau diskusi langsung. Sebab di media sosial akan mematikan kepakaran. Sudah saya fasilitasi tiket dan penginapan. Silahkan bawa kitab sebanyak-banyaknya. Atau cukup di Pustaka kitab di pondok kami. Silahkan kami tunggu konfirmasi dari siapapun".

Postingan tersebut merupakan jawaban dari postingan yang oleh wahabi di upload oleh akun Ust. Irvan Abu Naveed (gambar di sebelahnya) dan mendapatkan 3,7 rb like. 764 komentar, 282 kali dibagikan. Dari 764 komentar ini kemudian peneliti akan menganalisis dan interpretasi: klasifikasi, analisis pengkodean, dan kontekstualisasi tindakan komunikatif menggunakan bantuan aplikasi atlas.ti. Dari pengkodingan terdapat 3 tipe interaksi yang didapatkan dalam budaya netizen yakni: pro dengan postingan, Netral dengan isi postingan dan kontra dengan isi postingan. Berikut coding untuk netizen yang pro:

1. Terbongkarnya jaringan Islam radikal yang mendapat gaji/support keuangan dari luar.
2. Kesempatan emas dalam menekuk masyarakat siber yang suka membuat onar dengan faham yang menyimpang
3. Siap mengawal diskusi terbuka
4. Menjadi sponsor dan siap memfasilitasi sarana dan prasarana

5. Husnudzon sebagai ladang dakwah untuk meluruskan pemikiran mereka agar tidak menjadi bughot terhadap pemerintahan Indonesia
6. Tidak perlu meladeni sikap dan postingan Islam radikal yang sebenarnya lebih ke sikap ngawur karena cetek/dangkal keilmuannya
7. Para follower siap menjadi pengganti KH. Ma'ruf Khozin dalam diskusi terbuka
8. Doa dari netizen agar KH. Ma'ruf Khozin dan menjadi "pendekar" penyelamat negara dari faham-faham radikal
9. Kekaguman akan keilmuan KH. Ma'ruf Khozin

Gambar 8.15. Postingan Fb Ma'ruf Khozin

Adapun kategorisasi netizen netral kodingnya sebagai berikut:

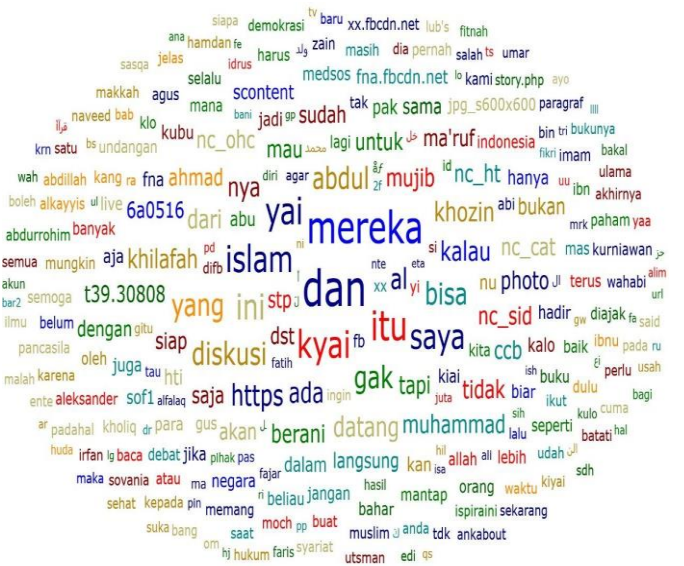
1. Mengundang pihak ketiga sekira berimbang dalam pemakaian logika
2. Kaitan dengan nasionalisme bangsa
3. Tulisan dibalas tulisan
4. Pemerintah membuat UU pelarangan ajaran yang memecah belah persatuan

Gambar 8.16. Postingan Fb Ma'ruf Khozin

Kategorisasi yang terakhir yakni Kontra, kodingnya

1. Melakukan pembelaan dengan mencantumkan ayat dan tafsir versi mereka
2. Selalu menggunakan akun fake agar terhindar dari jejak digital Ketika membuat kegaduhan dalam berkomentar
3. Memberikan bukti-bukti negara Islam yang maju dengan menerapkan sistem Islam

Gambar 8.17. Postingan Fb Ma'ruf Khozin



Gambar 8.18. Word Frequencie Komentar di Fb Ma'ruf Khozin

1. Interaksi Pengguna Akun dalam Memahami Materi Dakwah KH. Ma'ruf Khozin

Akun Facebook Ma'ruf Khozin mulai dibuat pada tahun 2009 oleh Muchit Chusnan selaku teman Ma'ruf Khozin agar memiliki akun Facebook. Awal postingan hanya untuk menulis kata-kata singkat karena tidak tahu harus menulis status apa. Tulisan yang sifatnya diskusi terbuka bermula dari inbox Ozzy El Hooda yang mengirimkan link dari salah satu ustadz salafi Wahabi yang membid'ahkan amalan Aswaja dan meminta Ma'ruf Khozin merespon dengan dalil. Sejak saat itulah akun facebook Ma'ruf Khozin mulai menjadi "pemadam kebakaran", yakni setiap ada tuduhan bid'ah, syirik dan sebagainya maka Ma'ruf Khozin menulis bantahannya dengan dalil argumen, referensi dan ijtihad para ulama.

Terkait dengan respon netizen, mereka juga beragam, ada yang mengucapkan terima kasih, ada yang merasa tercerahkan, ada yang bersorak-sorai. Namun sesekali datang akun salafi Wahabi yang menuduh Ma'ruf Khozin ahli bid'ah atau menulis bantahan dengan mengirim link. Ada yang izin untuk men-share, ada juga yang izin untuk mempublish ke webnya dan respon lain yang beragam seperti makian dan cacian yang ditujukan kepada Ma'ruf Khozin. Aneka ragam respon netizen tersebut tidak menjadikan Ma'ruf Khozin mundur untuk tampil sebagai pendekar moderasi karena tujuan dari setiap postingan adalah dakwah, menebar manfaat tanpa menyakiti pihak-pihak manapun.

Tolok ukur keberhasilan tulisan pada postingan bisa dilihat dari like, share dan komentar para netizen. Tidak selalu hal-hal yang berat yang menjadi keberhasilan postingan, bahkan terkadang postingan yang ringan-ringan bagi netizen menjadi sebuah ilmu yang berharga, sehingga like, share dan komennya begitu banyak. Postingan dengan referensi dari kitab-kitab langka dan analisa tingkat perdebatan tinggi tidak berbanding lurus dengan banyaknya like yang hanya ratusan dan yang share hanya puluhan.

Jadi dalam hal ini tergantung keadaan para netizen. Tapi yang jelas yang hampir selalu ramai adalah kalau tema perdebatan.

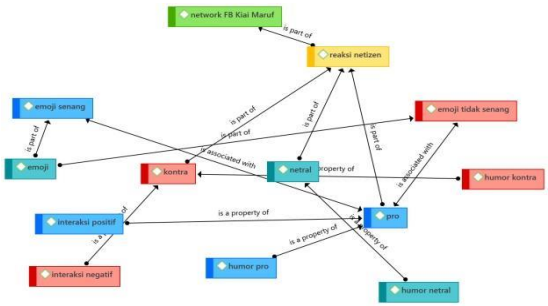
Media sosial Ma'ruf Khozin dari Instagram, tiktok dan facebook memiliki animo yang berbeda. Facebook yang dikenal sebagai media sosial kaum boomer tidak berlaku untuk kategori netizen Ma'ruf Khozin, hal ini dibuktikan dari interaksi para follower. Peran Ma'ruf Khozin, dalam mengawal isu moderasi dan melawan tuduhan bid'ah serta syirik di platform Facebook, memiliki kontribusi positif dalam konteks moderasi dan mempromosikan pemahaman Islam yang moderat:

a. Pemahaman Keagamaan: Ma'ruf Khozin berusaha untuk memberikan pemahaman keagamaan yang lebih moderat dan sesuai dengan ajaran Aswaja (Ahlus Sunnah wal Jama'ah). Dalam konteks ini, Ma'ruf Khozin berperan dalam mengedukasi umat Islam tentang pemahaman yang lebih seimbang dan menghindari ekstremisme atau pemahaman yang terlalu kaku.
b. Bantahan terhadap Tudingan Bid'ah dan Syirik: Ma'ruf Khozin secara aktif merespons tudingan bid'ah dan syirik dengan dalil, argumen, dan referensi dari ulama. Hal ini dapat membantu menjelaskan pemahaman yang benar dan mengklarifikasi tuduhan yang tidak berdasar, sehingga dapat meminimalkan konflik atau kesalahpahaman di antara umat Islam.
c. Promosi Dialog dan Diskusi Terbuka: Melalui interaksi di Facebook, Ma'ruf Khozin telah mempromosikan dialog terbuka dan perdebatan yang konstruktif tentang masalah keagamaan. Hal ini menjadi cara yang baik untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih mendalam tentang keyakinan dan praktik keagamaan yang moderat.
d. Penyediaan Rujukan dan Ijtihad Ulama: Dengan memberikan rujukan dan ijtihad dari ulama, Ma'ruf Khozin dapat membantu umat Islam dalam merujuk sumber-sumber yang

dapat diandalkan untuk pemahaman keagamaan yang lebih benar. Hal ini dapat memperkuat pengetahuan dan pemahaman umat Islam.

e. Pemadam Kebakaran Online: Peran Ma'ruf Khozin sebagai "pemadam kebakaran" dapat membantu menghindari eskalasi konflik atau penyebaran pemahaman ekstrem di lingkungan online (dunia maya). Dengan memberikan pemahaman yang lebih moderat dan berdasarkan dalil, Ma'ruf Khozin dapat memadamkan potensi ketegangan.

Efektivitas upaya seperti ini sangat tergantung pada bagaimana pesan-pesan dakwah yang di upload di platform facebook Ma'ruf Khozin diterima oleh audiens dan bagaimana Ma'ruf Khozin menjalankan interaksi di platform Facebook dengan netizen. Efek jangka panjangnya diperlukan komunikasi yang terus-menerus, pendekatan yang diplomatis, dan kesabaran dalam mempengaruhi pemikiran umat Islam di dunia maya. Berikut data network interaksi netizen dalam memahami materi dakwah Ma'ruf Khozin:



Gambar 8.19. Network Interaksi Simbolik Netizen FB Kiai Ma'ruf Khozin

Point 1 dari data di atas merupakan gambaran interaksi netizen media sosial yang diolah dari data mentah yang di open coding berdasarkan klasifikasi serta kategorisasi yang meng-hubungkan antar coding. Open coding yakni membaca kata di mana yang memiliki makna sama atau serupa akan dikelompokkan dalam

satu coding. Reaksi netizen media sosial Ma'ruf Khozin menggambarkan 3 (tiga) interaksi, kemudian dicoding dalam 3 kategorisasi yakni Pro, Netral dan Kontra. Open coding pro merupakan "rumah besar" coding awal yang ditemukan dengan kalimat dukungan terhadap semua postingan Ma'ruf Khozin. Kemudian yang netral ditandai dengan kalimat yang sifatnya tidak ada kalimat dukungan dan tidak juga kalimat yang sifatnya kontradiktif dengan postingan. Coding terakhir yakni kontra ditandai dengan kalimat yang attack terhadap postingan dengan bubuhan kalimat yang dirasa fight.

Setelah kategorisasi di atas Langkah selanjutnya yakni axial coding, yaitu menganalisa dari 3 kategorisasi mana yang masuk dalam kategorisasi yang berhubungan, yang kontradiktif dan yang bagian dari. Pecahan coding berupa: humor kontra, emoji, emoji senang, emoji tidak senang, humor netral, humor pro, interaksi negatif, interaksi positif, kontra, netral. Respon spesifik yang dimunculkan netizen atas postingan Ma'ruf Khozin di Facebook, sangat bervariasi secara signifikan tergantung pada berbagai faktor:

a. Konten Postingan: Respon akan tergantung pada konten yang diposting. Jika konten yang dibagikan kontroversial, respon yang lebih tajam dan beragam positif dan negatif (pro dan kontra, tetapi ada juga yang golongan netral yang bersorak-sorai). Postingan yang informatif dan ringan namun syarat akan mutu biasanya mendapatkan respons positif.
b. Pemahaman Keagamaan: Topik yang mengangkat hal-hal yang sifatnya khilafiyah agama menjadi sumber perdebatan dan polarisasi di platform media sosial facebook Ma'ruf Khozin.
c. Pengikut dan Jaringan Sosial: Respon bervariasi disebabkan siapa yang mengikuti (follower) Ma'ruf Khozin di Facebook dan dengan siapa Ma'ruf Khozin berinteraksi. Orang-orang dengan jaringan sosial yang sejalan dengan pandangan Ma'ruf

Khozin lebih cenderung memberikan dukungan, sementara orang-orang dengan pandangan berlawanan memberikan respons kritik dan bahkan cacian baik secara satir maupun sarkas.

d. Tone dan Gaya: Cara Ma'ruf Khozin mengungkapkan pendapatnya, apakah itu dengan gaya yang lembut atau dengan kalimat keras dan tegas, dapat mempengaruhi respons dari netizen. Hal inilah yang memunculkan guyonan saat Ma'ruf Khozin mengupload status ringan terkait kehidupan sehari-hari baik berupa amalan-amalan fiqh ataupun kegiatan harian yang direspon oleh netizen dengan humor baik secara tulisan maupun emoticon. Demikian juga saat kalimat Ma'ruf Khozin tegas terkait postingan jawaban pihak kontra termasuk kejadian berita terkini, isu-isu kontroversial, dan tren yang ada saat itu, akan memunculkan reaksi yang berbeda juga melalui komentar, like, dan berbagai interaksi (emoticon) di postingan Facebook.

Interaksi pengguna Facebook terhadap postingan Ma'ruf Khozin, apakah positif atau negatif dan bahkan netral dapat dilihat dari:

a. Like (Suka): netizen mengekspresikan persetujuan atau menyukai postingan Ma'ruf Khozin dengan memberikan "like" pada postingan tersebut. Ini adalah bentuk umum interaksi positif yang dikategorikan oleh peneliti.

b. Comment (Komentar): netizen mengomentari postingan Ma'ruf Khozin mencakup tanggapan, pertanyaan, atau diskusi yang lebih mendalam tentang topik yang diposting.

c. Share (Bagikan): Bagikan adalah cara netizen menyebarkan postingan yang dianggap menarik atau penting kepada teman-teman mereka di dunia maya, bahkan tak jarang sengaja dibagikan sebagai bahan referensi bagi netizen itu sendiri. Ini sering digunakan untuk menyimpan sekaligus

menyebarkan postingan Ma'ruf Khozin yang dianggap sebagai informasi penting.

d. Reaksi: Selain "like," Facebook juga memiliki reaksi lain seperti "love" (cinta), "haha" (lucu), "wow" (mengejutkan), "sad" (sedih), dan "angry" (marah). Ini memungkinkan netizen untuk merespons dengan lebih tepat sesuai dengan reaksi netizen apakah merasa lucu, sedih, marah dan sebagainya terhadap berbagai jenis postingan Ma'ruf Khozin tanpa perlu berkomentar.

Interaksi netizen Facebook yang memfollow akun Ma'ruf Khozin dalam memahami materi dakwah Islam yang diupload oleh Ma'ruf Khozin, sesuai dengan tujuan, pendekatan, dan pandangan individu yang terlibat dalam proses tersebut. Beberapa cara di mana netizen berinteraksi dalam memahami materi dakwah Islam di Facebook Ma'ruf Khozin:

a. Konten Dakwah: konten berbasis materi keislaman di Facebook yang diupload Ma'ruf Khozin berupa; kajian, artikel yang Ma'ruf Khozin unggah dengan bahasanya, video, dan kutipan dari Al-Quran atau Hadis. Netizen berinteraksi dengan konten ini dengan cara seperti memberikan like, berbagi, atau berkomentar.

b. Diskusi dan Debat: Materi dakwah Islam seringkali memicu diskusi dan debat di antara netizen. Mereka mungkin berpendapat atau bertanya mengenai pemahaman tertentu, menjelaskan pandangan mereka, atau meminta klarifikasi tentang isu-isu keagamaan dalam postingan Ma'ruf Khozin.

c. Sharing Pengetahuan: Netizen dapat berbagi pengetahuan atau pandangan mereka sendiri tentang Islam. Ini bisa berupa refleksi pribadi, pengalaman, atau pemahaman mereka tentang ajaran Islam yang kemudian di dalam komentar satu sama lain saling berbalas komen baik berupa kata-kata atau dibalas dengan emoticon.

d. Konsultasi Keagamaan: Beberapa netizen mencari bimbingan keagamaan atau fatwa dalam topik tertentu di postingan Ma'ruf Khozin. Mereka bisa melakukan ini dengan mengirimkan pertanyaan atau permintaan saran di postingan Ma'ruf Khozin. Beberapa tokoh (teman Ma'ruf Khozin yang mempunyai bidang keilmuan agama yang mumpuni) memberikan jawaban sehingga interaksi antar netizen terjadi.

e. Kritik dan Pemahaman yang Berbeda: Tidak semua netizen memiliki pandangan yang sama dalam hal keagamaan. Materi dakwah Islam juga dapat mendapatkan kritik atau berbagai pandangan. Hal ini dapat memicu diskusi lebih lanjut untuk memahami sudut pandang yang berbeda. Dari sini, akan muncul beragam komentar baik yang pro maupun yang kontra. Bahkan satu sama lainnya yang berbeda pandangan akan saling men-tag temannya sehingga postingan akan menjadi ramai dengan pandangan masing-masing.

f. Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Daerah: Kebanyakan interaksi dalam pemahaman materi dakwah Ma'ruf Khozin di Facebook menggunakan bahasa Indonesia, akan tetapi bahasa daerah Jawa Timur-an juga dipakai oleh para netizen dalam mengomentari postingan Ma'ruf Khozin. Tidak jarang juga untuk menambah humor bahasa Arab terkait fiqh dalam pemahaman humor ala santri juga dipakai di antara netizen sebagai bentuk interaksi.

Berbagai Interaksi netizen di atas melahirkan berbagai respon positif dan informatif, terdapat juga potensi untuk konflik dan ketegangan terutama dalam diskusi agama. Namun, sebagian follower Ma'ruf Khozin banyak menjaga adab dan etika dalam berinteraksi secara online, terutama dalam konteks agama, untuk mempromosikan dialog yang bermakna dan toleransi antar individu. Adapun bahasa yang sifatnya tantangan tidak sampai terbawa di dunia nyata sebagai bentuk perlawanan adu argumen.

2. Pemaknaan Teks dan Konteks Akun Facebook KH. Ma'ruf Khozin

Pemahaman teks dan konteks terhadap isi postingan ma'ruf Khozin di Facebook oleh netizen (pengguna internet) dapat sangat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk latar belakang, pengetahuan, keyakinan, dan pandangan individu. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Latar Belakang Pendidikan: Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk memahami teks dan konteks postingan Ma'ruf Khozin. Seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan yang lebih tinggi mungkin lebih mampu memahami konsep-konsep kompleks dalam agama Islam yang moderat.

b. Pengetahuan Agama: Tingkat pengetahuan agama seseorang akan berdampak pada pemahaman postingan Ma'ruf Khozin. Seseorang yang telah mempelajari agama Islam secara mendalam memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap postingan Ma'ruf Khozin, hal ini bisa dilihat dari komentar yang banyak juga memberikan dalil penguat.

c. Keyakinan dan Pemahaman Pribadi: Keyakinan pribadi dan pemahaman agama individu dapat mempengaruhi cara mereka memahami postingan Ma'ruf Khozin. Orang yang memiliki pandangan agama yang berbeda dapat menginterpretasikan postingan Ma'ruf Khozin dengan cara yang berbeda, dari sini akan muncul ragam adu argumen di kolom komentar.

d. Konteks Sosial dan Budaya: Konteks sosial dan budaya individu juga berperan penting dalam pemahaman postingan Ma'ruf Khozin. Pengaruh budaya lokal dan konteks sosial dapat membentuk cara seseorang memahami pesan agama. Kebanyakan yang sefaham dengan postingan Ma'ruf Khozin adalah para netizen yang berada di lingkungan pesantren dan kental akan budaya Jawa. Adapun yang kontra biasanya

adalah alumni Timur Tengah atau bahkan yang tidak mengenyam Pendidikan pesantren, namun getol belajar agama melalui berbagai platform media sosial.

e. Gaya Penyampaian postingan Ma'ruf Khozin: Gaya penyampaian postingan Ma'ruf Khozin juga berdampak pada pemahaman. Postingan Ma'ruf Khozin yang komunikatif dan jelas dalam penyampaian pesan dakwah mudah dipahami oleh netizen dari berbagai kalangan.

f. Pengaruh Tren dan Berita Terkini: Tren dan berita terkini juga dapat memengaruhi pemahaman teks dan konteks postingan Ma'ruf Khozin. Isu-isu aktual dan tren dalam masyarakat bisa mempengaruhi cara postingan Ma'ruf Khozin diinterpretasikan. Apalagi kebanyakan postingan Ma'ruf Khozin mengenai moderasi beragama yang saat ini sedang gencar-gencarnya dibahas di berbagai lini media.

g. Interaksi dengan Netizen Lain: Diskusi dan interaksi dengan netizen lain dalam postingan Ma'ruf Khozin di Facebook juga dapat mempengaruhi pemahaman teks dan konteks. Komentar dan tanggapan dari netizen lain dapat memperluas atau membatasi pemahaman satu sama lain follower Ma'ruf Khozin.

Pemaknaan teks dan koteks postingan Ma'ruf Khozin juga dipengaruhi oleh Interaksi pengguna Facebook yang telah dianalisis di atas. Dalam diskusi postingan Ma'ruf Khozin komentar dan pertanyaan Netizen dapat memberikan komentar terhadap materi yang disampaikan oleh postingan Ma'ruf Khozin. Mereka mungkin mengungkapkan pendapat mereka tentang topik tersebut atau mengajukan pertanyaan untuk meminta klarifikasi atau pemahaman yang lebih mendalam. Selanjutnya akan berkembang menjadi diskusi terkait postingan Ma'ruf Khozin yang dibahas. Hal ini dapat memicu pertukaran pandangan antara netizen.

Diskusi yang berkembang selanjutnya tidak lepas dari kritik dan perdebatan. Tidak semua netizen memiliki pandangan yang sama tentang postingan Ma'ruf Khozin terkait amaliyah yang dianjurkan agama. Materi amaliyah agama seringkali memicu kritik atau perbedaan pendapat. Ini dapat mengarah pada perdebatan online yang bisa menjadi konstruktif jika dilakukan dengan sopan dan dengan argumen yang kuat. Bahkan, saling memberikan tantangan dialog terbuka di dunia nyata.

Dukungan dan persetujuan netizen datang ke halaman postingan Ma'ruf Khozin dengan pandangan sejalan dan memberikan dukungan dalam bentuk komentar positif atau mengungkapkan persetujuan terhadap materi yang disampaikan. Kemudian para follower akan berbagi pengalaman pribadi mereka yang relevan dengan materi yang disampaikan. Hal ini bisa membantu memperkaya diskusi dan memberikan ilustrasi praktis terhadap pemahaman teks dan konteks follower lain yang sekiranya belum faham. Bahkan ada beberapa netizen yang lebih berpengetahuan memberikan rujukan atau referensi tambahan kepada sumber-sumber lain, seperti dalil Al-Qur'an atau kitab-kitab karya ulama, untuk mendukung atau mengklasifikasi materi yang dibahas.

3. Interaksi Pengelola Akun Facebook KH. Ma'ruf Khozin dengan Netizen

Akun Facebook Ma'ruf Khozin dari mulai pembuatan akun hingga saat ini masih dipegang dan dikelola sendiri oleh KH. Ma'ruf Khozin. Menjadi catatan penting bagi Ma'ruf Khozin bahwa dalam konteks agama, diskusi seringkali sangat sensitif, dan pendekatan yang hormat dan sopan sangat dihargai. Netizen perlu menjaga etika dalam berinteraksi, menghindari komentar yang kasar atau provokatif, dan membuka diri untuk mendengarkan pandangan orang lain. Sehingga ketika akun facebook Ma'ruf Khozin dikelola sendiri, maka tidak perlu mengkwatirkan ada pihak-pihak yang sengaja menunggangi untuk kepentingan pribadi.

Halaman facebook Ma'ruf Khozin juga memainkan peran penting dalam mengelola diskusi, memoderasi jika diperlukan, dan menciptakan lingkungan yang mendukung diskusi yang bermakna dan toleransi. Dengan demikian, interaksi pengelola akun facebook Ma'ruf Khozin dengan para netizen berlangsung aktif dan representatif terhadap pertanyaan dan pernyataan para followernya.

C. Akun Ilham Humaidi

Salah satu ustadz urang banua yang harum namanya hingga ke Tarim Yaman adalah KH. Ilham Humaidi, Lc. Pria kelahiran 34 tahun yang lalu tepatnya di Banjarmasin 24 Maret 1989 saat ini memiliki empat orang putra. Setelah menempuh pendidikan di Pondok Pesantren Al Falah Banjarbaru tahun 2006, Guru Ilham Humaidi kembali memperdalam ilmu agama di Tarim Hadramaut. Tahun 2011, beliau kembali ke Indonesia, tepatnya ke Banjarmasin guna melanjutkan dakwah beliau di wilayah tempat tinggalnya.

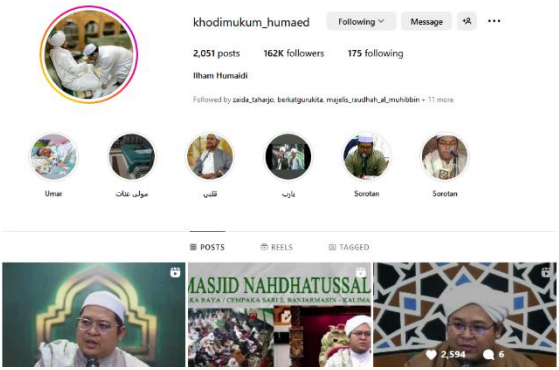
KH Ilham Humaidi adalah sosok dai yang memiliki pemikiran cemerlang. Lewat pemanfaatan internet, bukan hanya akun instagram @khodimukum_humaed, yang menjadi wasilah berdakwah, namun juga akun as-shofa. Dalam tulisan ini, penulis hanya akan mengulik tentang akun ig @khodimukum_humaed saja.

Akun instagram @khodimukum_humaed merupakan akun media sosial yang digunakan Ilham Humaidi sebagai wadah beliau berinteraksi secara pribadi maupun sosial ke masyarakat. Ilham humaidi memiliki akun instagram yang lain dalam kegiatan ceramahnya, yakni akun IG @majelisasshofa. Dalam akun instagram @khodimukum_humaed yang dibuat tahun 2015, saat ini telah memiliki 2051 postingan, 161 Ribu Follower dan 117 akun Following. Pada saat awal digunakan akun instagram @khodimukum_humaed hanya menghadirkan kisah pribadi ustadz, namun beriringan waktu, postingan konten-konten dakwah ustadz ilham juga kerap kali diposting di akun @khodimukum_humaed.

Ustadz Ilham Humadi memiliki semangat dalam membuat konten dakwah di usia yang masih terbilang sangat muda. Pria kelahiran Banjarmasin 24 Maret 1989 ini memilih berdakwah dengan mendirikan majelis taklim dan menyebarluaskan konten dakwahnya lewat akun media sosial. Alasan Ustadz Ilham Humaidi tidak lain sebagai wujud kepedulian beliau untuk mengisi akun-akun Islami di dunia maya. Harapannya agar masyarakat tetap memiliki pegangan dalam syariat dan ibadah meskipun hanya menyimak lewat internet. Beliau berharap generasi milenial dan zelinial tetap berpegang teguh pada tali Islam, sebagaimana pesan Tuan Guru Beliau di Tarim, yakni Habib Umar. Pengelola akun IG @khodimukum_humaed menyatakan kegiatan bermedia sosial dalam rangka syiar dakwah pada zaman sekarang ini wajib dilakukan agar dakwah dapat sampai ke masyarakat untuk segala kalangan dan usia.

Berdasarkan data yang di dapat pada instagram @khodimukum_humaed, penulis menggunakan Analisis Media Siber, yang akan penulis paparkan sebagai hasil penelitian.

1. Level Ruang Media pada instagram @khodimukum_humaed



Gambar 8.20 Profil Akun @khodimukum_humaed

Gambar 8.20 adalah profil akun ig @khodimukum_humaed, di mana dalam *bio* yang ada di bawah foto profil terdapat *link* untuk masuk ke beberapa media seperti aswaja.net, hadramaut_Habib Umar, berkat guru kita, majelis_raudhah_al_muhibbin, dan beberapa akun media sosial pribadi milik ustadz Ilham Humaidi.

Akun @khodimukum_humaed ini menjadi sarana dalam menjembatani tersampaikannya pesan dakwah yang dikehendaki oleh ustadz Ilham. Akun ini mendeklarasikan visi misinya untuk mengawal ajaran Ahlussunnah Wal Jama'ah serta menyambut buhul estafet dari tersebarnya **dakwah Habib Umar bin Hafidz ke segenap penjuru bumi.**

Adapun karakteristik akun ini adalah sebagai media sosial yang mudah diakses oleh pelbagai kalangan untuk berniat belajar memperdalam ilmu agama. Ustadz Ilham Humaidi menjadi owner sekaligus pengelola @khodimukum_humaed, secara mandiri bertujuan untuk lebih mengaungkan dakwah dengan konten-konten yang menarik minat anak muda untuk mengenal Islam.

Akun @khodimukum_humaed memiliki beragam konten. Di antaranya postingan dari kegiatan dakwah harian berupa potongan video pendek, teks atau naskah yang diberi title langsung oleh Ustadz Ilham. Adapun tema yang diunggah terkait persoalan Islam di masyarakat termasuk hubungan antar sesama manusia. Postingan ini dilakukan beberapa hari sekali dengan tema-tema tertentu dan terjadwal, sesuai dengan kegiatan majelis taklim beliau.

2. Level Dokumen Media Pada Instagram @khodimukum_humaed

Dalam aspek dokumen ini, penulis akan memaparkan konten atau isi postingan akun @khodimukum_humaed. Konten postingan berupa naskah, caption, tulisan, foto dan video yang mengungkapkan sebuah tema lewat bahasa Indonesia, bahasa banjar ataupun bahasa arab.

Dalam postingan video juga kerap kali memasukkan unsur gambar untuk memperjelas visualisasi isi kajian yang diunggah oleh Ustadz Ilham Humadi.

Gambar 8.21 Profil Akun @khodimukum_humaed

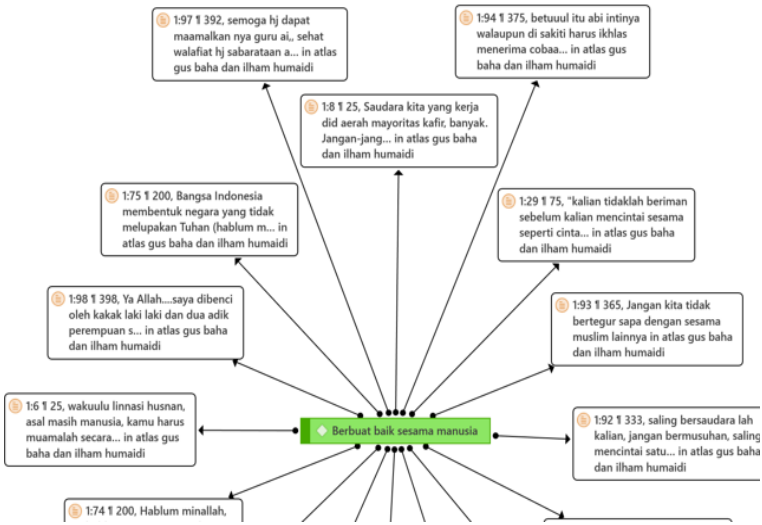
Teks nya : **Jangan kita tidak bertegur sapa dengan sesama muslim lainnya**, karena ketahuilah sebesar apapun amal ibadahmu, sebanyak apapun ketaatan yang kamu lakukan, tidak bakal diterima oleh Allah, selama kebencian ada didalam hatimu kepada sesama muslim. Sebagaimana hadits rasul yang mengatakan amal kita dilaporkan setiap senin dan kamis kepada Allah dan Allah tidak akan pernah menerima amal orang yang memutuskan tali silaturahmi atau amal orang yang tidak bertegur sapa, sampai Allah mengatakan tahan dulu ini amalnya, sampai dia berdamai dengan orang yang berselisih dengannya.

Dalam postingan akun Instagram mengenai *jangan kita tidak bertegur sapa dengan sesama muslim lainnya,* peneliti masukkan dalam world cloud yang akan mempermudah melihat parameter frekuensi kata-kata dapat dihadirkan dalam kemasan atraktif sebagai tujuan untuk menambahkan pengetahuan netizen. Semakin sering satu kata dituliskan oleh netizen, maka semakin besar pula ukuran atau volume font kata yang dimaksud dalam *word cloud. Dalam postingan ini tergambar jelas bentuk interaksi dari netizen*

dalam memberikan komentar terkait dengan postingan di akun Ilham Humaidi. Kata "teman, kiamat, saling membantu, dalam ketakwaan, kebaikan, dan bersaudara lebih sering diberikan oleh netizen.

Gambar 8.22 Word Frequencies Komentar Akun @khodimukum_humaed

Berikut Axial network Interaksi Simbolik Netizen di postingan dengan tema "Jangan kita tidak bertegur sapa dengan sesama muslim lainnya".



Gambar 8.23. Network Berbuat Baik Sesama Manusia Akun @khodimukum_humaed

Peneliti juga menemukan gambaran konten dengan tema Pelukan Ukhuwah, Damaikan Keberagaman. Pada postingan ini berisi tulisan dan selipan gambar yang dapat mendukung materi

dialog yang diperuntukkan kepada netizen. Postingan ini durasinya berkisar 59 detik, sebagaimana gambar 8.23 di bawah ini:

Gambar 8.24. Postingan Acara dialog lintas agama

Pada bagian lain dalam postingan tersebut juga terlihat simbol mengangkat tangan berdoa yang dilakukan oleh habib jindan, begitu acara formal menyanyikan lagu kebangsaan Indonesia Raya. Sebagaimana pada gambar 8.25. di bawah ini :

Gambar 8.25. Postingan Acara dialog lintas agama

3. Level Objek Media Pada Instagram @khodimukum_humaed

Dalam salah satu unggahan postingan dari @khodimukum_humaed mengenai Dialog dan pertemuan yang indah bersama tokoh-tokoh pemuka agama Kristen, Katholik, Hindu, Budhha dan Konghucu serta tokoh-tokoh akademisi moderasi beragama di Indonesia Wilayah Kalimantan Selatan, termasuk Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi beserta Dewan Eksekutif Mahasiswa FDIK UIN Antasari Banjarmasin. Postingan tanggal 13 Desember 2022 yang bertajuk "Pelukan Ukhuwah, Damaikan Keberagaman" ini disukai oleh 12.686 orang.

Di objek media, penulis mendapati jalinan interaksi antara sesama netizen. Komunikasi dua arah ini berasal dari munculnya like dan komentar netizen atas postingan yang disampaikan oleh Ustadz Ilham Humaidi. *Like* dimaksudkan sebagai salah satu bentuk *non-verbal,* yang diartikan netizen memberikan tanggapan positif atas sebuah postingan di akun @khodimukum_humaed. Pemberian simbol menyukai ini menjadi perilaku yang standar sederhana dan simpel dari sebuah makna, yang diberikan oleh netizen jika mereka menyatakan pendapat secara simbolis. Sedangkan secara verbal, netizen melakukan pemberian tanggapannya berupa komentar yang sifatnya mendukung kehadiran postingan dari Ustadz Ilham Humaidi seperti kata Masyallah, Doa dan pujian kepada Allah. Berikut salah satu contoh yang dimaksud ada pada gambar 8.26 di bawah ini.

Gambar 8.26. Postingan Acara dialog lintas agama

Dalam postingan ini, penulis juga mendapati komentar netizen dengan simbol hati (*love*) yang berarti konten tersebut mereka sukai. Simbol lainnya yang penulis temukan berupa gambar emoji tepuk tangan, emoji api terbakar yang memiliki arti semangat, beberapa ada yang mengartikan emoji ini memiliki makna "luar biasa". Seperti gambar 8.27. dibawah ini.

Gambar 8.27. Postingan Acara dialog lintas agama

Adapun komentar selengkapnya dari netizen mengenai moderasi beragama ini adalah sebagai berikut :

> Indahnya negriku dan ulama-ulama kecintaanku🥰, semoga indonesia selalu damai dan dijauhkan dari permusuhan antar agama, yg ky ada bmusuhan „d media ae yg ada tu nyata ny kdd, Bhineka tunggal ika❤️👏, Allahumma Sholli ala Sayyidina Muhammad Wa'Alaa Ali Syaidina Muhammad ❤️❤️❤️, Masya Allah. Semoga juga ada acara yang serupa dengan menghadirkan tokoh-tokoh lintas organisasi dan kelompok Islam 😍, Masya allah.... Damai mliat nya., 😍 Kalsel Damai, ماشاءالله تبارك الله💖💖💖 Masya Allah pemandangan yang begitu sejuuuuuuuk, adeeeeem dijiwa..... Damaaaaaiiii rasanya keberagaman negeriku tercintaaaa🙏😊👌👏🔥🔥🔥, ❤️❤️❤️sehat sllu bib..panj umurx sllu tuk umat agama aamiin, Masyaallah indah nya kedamaian antar umat beragama... ❤️❤️❤️❤️❤️, Mudahan pian dalam lindungan Allah 👐, Terima kasih Guru telah mengajarkan ukhuwah wathaniyah, , Berkah-berkah, sehat selalu Ustadz 🤲🏻, Mantap guru..👏❤️❤️👏, Maulana Habib Ibrahim Assegaf 😍😍😍, Habib @alhabibjindan ke kota citra kah sore ini min @khodimukum humaed ?, Sejuk, Ustadz Ilham, Habib Jindan, Pak Abduh 😊😊😊, Maa syaa Allah 😍❤️, MasyaAllah, ada live nya kah ini guru ? MasyaAllaaahh.. kereenn, adaa live nya ga wan?

4. Level Pengalaman Pada Instagram @khodimukum_humaed

Gambaran pengalaman dalam cakupan luas diperoleh peneliti dari postingan yang mengandung kedekatan eksperimen pada diri netizen dengan kejadian nyata yang ia alami. Hine, ia mengatakan "*There is no strict, principled distinction berween the internet on one hand, and everyday life on the other*". Mengutip dalam bukunya Rulli

Nasrullah. Ia mengatakan "apapun yang ada dan terjadi pada kehidupan secara online lewat internet, seperti itu pula kejadian yang sebenarnya dalam dunia nyata atau offline. (Nasrullah, 2018)

Gambar 8.28. Postingan Acara Dialog Lintas Agama

Gambar 8.28 di atas adalah postingan yang membahas tentang Seminar Keberahaman Nasional. Pada kolom komentar, penulis melihat komentar milik *wny205 Masyallah indahnya kedamaian antar umat beragama....* ❤️❤️❤️❤️❤️❤️ *dan* jung_kang46w *Terima kasih Guru telah mengajarkan ukhuwah wathaniyah.* Komentar ini dapat diartikan bahwa postingan ini sesuai keadaannya dalam kehidupan sehari-hari. Kerukunan dan keharmonisan masyarakat banjar dan warga lainnya (meski hidup berbeda keyakinan), tetap mengedepankan perbuatan yang baik dalam setiap interaksinya. Jadi apa yang ditampilkan di akun @khodimukum humaed merupakan refleksi dari kenyataan yang ada. Umat muslim di Banjarmasin (Kalimantan Selatan) patut bersyukur. Ini diwakili oleh ungkapan rasa syukur dari pengguna akun wny205 dan jung_kang46w. Melalui postingan tersebut, wny205 dan jung_kang46w merasa memiliki kesamaan dengan apa yang dialaminya dengan menceritakan kejadian sebelumnya.

BAB IX

PEMAKNAAN TEKS DAN KONTEKS DI AKUN MEDIA SOSIAL GUS BAHA. KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI

Tolok ukur keberhasilan postingan bisa dilihat dari like, share dan komentar para netizen. Postingan yang diberikan oleh pengelola akun instagram @khodimukum_humaed, berisikan kegiatan ibadah secara pribadi dan keluarga besar Ustadz Ilham Humaidi, serta konten Islam berupa ceramah yang diposting sendiri. Postingan ini bagi netizen merupakan ilmu yang berharga, sehingga like, share dan komennya begitu banyak. Postingan dengan referensi dari kitab-kitab yang dikomentari oleh netizen dengan kata-kata tertulis baik kata-kata dengan bahasa Indonesia maupun quote-quote Islam dan emoji yang variatif.

Gambar 8.29 Word Frequencies Komentar Akun @khodimukum_humaed

Dalam postingan akun @khodimukum_humaed berisi materi dakwah tentang keutamaan setiap muslim dalam menjaga hubungan baiknya dengan sesama manusia. Materi ini dipaparkan Ilham Humaidi lewat gaya bahasa yang khas, menarik dan mudah dipahami oleh berbagai strata sosial. Selain itu terdapat seruan

dakwah yang mengandung nilai-nilai positif untuk dapat diterapkan. Postingan dengan menggunakan gaya bahasa yang sederhana disertai visual yang menarik membuat isi postingan enak untuk dilihat serta dibaca. Al-Qur'an dan Hadits merupakan sumber utama dari postingan seruan dakwah akun santri online (https://instagram.com/@khodimukum_humaed).

Melalui akun instagram khodimukum_humaed, Ustadz Ilham Humaidi dapat menyampaikan materi dakwah melalui bentuk gambar atau video yang dapat diunggah dan dikomentari oleh users. Dalam sebuah postingan mengenai dialog dan pertemuan pemuka agama, yang diunggah langsung oleh Ustadz Ilham Humaidi dipastikan bertujuan agar dakwah beliau diterima oleh semua kalangan, tidak terkecuali umat agama lainnya. Menurut peneliti, pemaknaan ini dapat diperluas dengan gagasan mempublikasi sebuah postingan baik berupa foto maupun video pendek juga akan memberikan pengetahuan yang sangat luas. pengetahuan dan pesan-pesan yang disampaikan dalam akun @khodimukum_humaed, khususnya mengenai moderasi, akan menambahkan bahkan meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada setiap orang yang melihat postingan tersebut. Dalam hal ini dakwah dan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Maka dari itu, da'i diharapkan bisa berdakwah dengan fleksibel salah satunya menggunakan media sosial Instagram.

Peran Ilham Humadi dalam mengawal isu moderasi agama memang tidak lepas dari peran Habib Umar dan Habib Jindan sebagai alumni Hadramaut yang datang ke Banjarmasin. Diinisiasi oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari, kontribusi ustadz Ilham Humaidi sangat positif, karena dapat merangkul pemuka agama lain dalam momen hari besar mereka. Secara tidak langsung moderasi yang diusung oleh ustadz Ilham Humaidi mengena sebagai pendekatan Islam moderat di tengah-tengah masyarakat modern kini.

Gambar 8.30 Word Frequencies Komentar Akun @khodimukum_humaed

Apalagi saat ini, pemahaman akan konsep dan implementasi moderasi beragama sangat krusial dalam menciptakan kehidupan yang harmonis dan damai. Capaian kerukunan umat ini bukan saja dalam kemaslahatan umat antar beragama. Namun internal dalam umat Islam sendiri, sehingga tercipta keseimbangan kehidupan pribadi, keluarga, bermasyarakat, bernegara dalam bingkai beragama yang *rahmatan lil'alamin*.

Kerukunan intern umat beragama seperti kerukunan antar aliran, paham, dan mazhab menjadi persoalan tersendiri yang harus diamati perkembangannya di masyarakat, sebagai bentuk upaya membatasi riak perbedaan dalam umat atau komunitas agama.

Secara ajeg, admin @khodimukum_humaed sebagai komunikator mengawali penyampaian informasi dengan meng-upload video ceramah, lewat bahasa arab yang berisikan doa atau tema dakwah yang akan disampaikan. Terkadang berbeda dengan mengirim pesan tambahan, baru kemudian ditanggapi oleh netizen. Dari pola unggahan ini tergambar prinsip prinsip 5W+1H sebagai narasi dalam caption di hampir seluruh konten yang diunggah, meski terkadang netizen harus menyimak sampai akhir baru memahami isi kontennya.

Terkadang ada quote yang diberikan lewat teks berjalan oleh admin @khodimukum_humaed, guna memberikan variasi unggahan. Netizen menggunakan emoticon sebagai bagian dari komentar yang telah diunggah admin @khodimukum_humaed. Hal ini dimaksudkan sebagai pesan yang memperkuat kesan lebih dekat dengan netizen, meski dalam pesan dakwah ada nuansa santai, penuh kekeluargaan dalam komentarnya.

Sebagaimana media dakwah pada umumnya, pokok bahasan yang kerap disampaikan dalam unggahan konten @khodimukum_humaed berpusat pada kegiatan dakwah KH Ilham Humaidi, meski ada beberapa unggahan mengenai kehidupan ustadz dan keluarga terutama anak-anaknya.

BAB X

ANALISIS BUDAYA DALAM NASKAH AKUN GUS BAHA, KH. MA'RUF KHOZIN DAN KH. ILHAM HUMAIDI

Pada bagian ini penulis memfokuskan pada analisis budaya dalam naskah pada ketiga akun yang penulis amati. Terutama berkaitan dengan tautan yang melatarbelakangi kemunculannya serta alasan yang memperkuat munculnya postingan tersebut.

Pertama, pada akun Gus Baha, netizen membahas moderasi beragama secara lebih santun. Tidak ada makian, ataupun kata-kata kasar yang dilontarkan. Netizen gus baha sebagian besar adalah orang Jawa. Hal ini berkaitan dengan ceramah yang disampaikan Gus Baha yang hampir 90% lebih menggunakan bahasa Jawa. Selain supaya esensi isi tidak hilang juga beliau tetap berkeinginan sebagai kyai kampung sehingga bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa.

Karakter orang Jawa yang cenderung menghindari konflik sehingga apabila ada perbedaan penafsiran ataupun pemahaman maka mereka cenderung mengalah. Orang Jawa juga terkenal sebagai orang yang *tepo seliro* artinya tenggang rasa. *Tepo seliro* merupakan perilaku seseorang yang mampu memahami perasaan orang lain (Budiyono et al., 2017).

Kedua, interaksi pengelola Akun Facebook KH. Ma'ruf Khozin Dengan Netizen, di mulai sejak pembuatan akun hingga saat ini masih dipegang dan dikelola sendiri oleh KH. Ma'ruf Khozin. Menjadi catatan penting bagi Ma'ruf Khozin bahwa dalam konteks agama, diskusi seringkali sangat sensitif, dan pendekatan yang hormat dan sopan sangat dihargai. Netizen perlu menjaga etika

dalam berinteraksi, menghindari komentar yang kasar atau provokatif, dan membuka diri untuk mendengarkan pandangan orang lain. Sehingga ketika Pada akun facebook Ma'ruf Khozin dikelola sendiri, maka tidak perlu mengkwatirkan ada pihak-pihak yang sengaja menunggangi untuk kepentingan pribadi.

Halaman facebook Ma'ruf Khozin juga memainkan peran penting dalam mengelola diskusi, memoderasi jika diperlukan, dan menciptakan lingkungan yang mendukung diskusi yang bermakna dan toleransi. Dengan demikian, interaksi pengelola akun facebook Ma'ruf Khozin dengan para netizen berlangsung aktif dan representatif terhadap pertanyaan dan pernyataan para follower-nya.

Signifikansi peran netizen dalam proses transmisi informasi di akun Ma'ruf Khozin terutama muncul kala admin akun mengunggah konten (melemparkan isu), mengenai moderasi beragama, kemudian dikomentari oleh netizen. Melalui fitur komentar ini netizen dapat berdiskusi atau bahkan berdebat terkait isu yang disampaikan. Selain itu, dalam arus diskusi dan/atau perdebatan tidak jarang netizen hadir sebagai pihak yang justru memberikan informasi tambahan dengan menggunakan fitur komentar.

Dengan cara ini, keterbatasan informasi yang disampaikan oleh admin akun di bagian caption foto seolah justru dilengkapi oleh netizen yang memberikan informasi tambahan melalui fitur komentar. Meskipun demikian, sebagaimana skeptisisme terkait objektivitas dan akurasi informasi dalam praktik netizen journalism (Mabweazara, 2011), informasi tambahan yang disampaikan oleh netizen juga tidak serta merta dapat dianggap objektif dan akurat. Terlebih, komentar yang disampaikan merupakan opini yang tidak dipungkiri berpotensi memuat sentimen subjektif.

Pada akun Ma'ruf Khozin, netizen turut berperan penting dalam menggerakkan arus diskusi terkait isu yang disampaikan dalam konten moderasi beragama di akun Ma'ruf Khozin,

khususnya dengan memanfaatkan fitur komentar. Pada praktiknya, Ma'ruf Khozin seolah berlaku hanya sebagai penyedia ruang diskusi, sedangkan admin akun bertindak sebagai pihak pelontar isu.

Sementara itu, diskusi dan perdebatan terkait isu yang disampaikan lebih banyak muncul di kolom komentar yang disampaikan netizen. Kalau di akun Ma'ruf Khozin memang interaksi sesama user tercipta sangat intens, bahkan menghasilkan tiga kategori baik netizen yang saling mendukung, netral dan saling membantah.

Ketiga, interaksi pengelola Akun instagram @khodimukum_humaed, KH. Ilham Humaidi kepada netizen, satu arah saja. Pada postingan akun @khodimukum_humaed para netizen tidak memberikan komentar secara khusus, cukup dengan komentar "inggih pun, masyallah saja. Pada postingan akun @khodimukum_humaed, isu mengenai moderasi beragama, sama sekali tidak disingguh secara langsung, namun dibahas oleh admin lewat penyampaian kalimat yang secara tidak langsung bertujuan untuk kemaslahatan umat atau masyarakat harus rukun. Ilham Humaidi lewat postingan akun @khodimukum_humaed lebih banyak menyampaikan konten berperilaku baik kepada sesama umat, atau manusia. Artinya ajakan tersebut lebih pada interaksi menjaga kerukunan internal umat Islam dalam lingkungan mikro. Komentar para netizen seperti biasa akan mengomentari secara perorangan, meski hitunganya masih sedikit. Peminatan netizen terhadap unggahan konten @khodimukum_humaed baru dapat dideteksi lewat jumlah jumlah like saja, yang berkisar antara 3.667 sampai 22.428.

BAB XI
SIMPULAN

Dalam akun facebook Ma'ruf Khozin sudah tercipta budaya interaksi yang sangat kental di antara sesama netizen. Penggunaan artefak budaya, bahasa, dan model komunikasi dua arah kerap kali dimainkan secara apik oleh para netizen. Begitu pula postingan dari Ma'ruf Khozin sendiri yang selalu memancing netizennya memberikan komentar yang intens, utamanya pada persoalan moderasi beragama. Kontra narasi yang selalu dilemparkan oleh kaum radikal Islam salafi-wahabi, akan sangat cepat ditanggapi Ma'ruf Khozin, berikut para netizen yang selalu menunggu kelanjutan atau ending dari narasi tersebut. Gagasan pemikiran Ma'ruf Khozin selalu mengikut sertakan kutipan dalam kitab-kitab yang memperkuat postingannya.

Artefak budaya yang ada pada akun Fb Ma'ruf Khozin, diantaranya sebutan khusus untuk Ma'ruf Khozin dengan sebutan "ngejenangan", "yaii",*"pendekar"* dalam dialog di antara sesama netizen. Sementara para *followers* menggunakan *"min"* untuk memanggil admin dari Ma'ruf Khozin Selain itu, peneliti menemukan juga budaya siber lainnya yakni tercipta praktik interaksi antara entitas seperti me*repost*, *like*, komentar, *mention*, *direct message* pada akun dari *followers*. Adapun akun Ma'ruf Khozin, bagi kehidupan sehari-hari *followers* menjawab permasalahan khilafah, untuk memenuhi kebutuhan ilmu siyasah lewat diskusi di ruang maya. Kemudian terdapat penggunaan bahasa di postingan yang dibawakan oleh pemateri berupa bahasa Jawa *Krama Inggil*.

Selain itu, juga ada budaya interaksi dengan model yang beragam. Terdapat interaksi di kolom komentar seperti *sharing* pengalaman pada penggalan *dawuh* saat mengaji dengan pemateri

yang ada di postingan. Dapat disimpulkan dalam akun Fb Ma'ruf Khozin, berkeinginan untuk memberikan pemahaman keagamaan yang lebih moderat dan sesuai dengan ajaran Aswaja (Ahlus Sunnah wal Jama'ah). Dalam konteks ini, Ma'ruf Khozin berperan dalam mengedukasi umat Islam tentang pemahaman yang lebih seimbang dan menghindari ekstremisme atau pemahaman yang terlalu kaku.

Pada Akun IG @gayengco ada interaksi yang terjalin antara netizen yang memberikan responnya terkait pesan yang disampaikan melalui akun ig santri gayeng @gayengco menunjukkan ketaatan. Dawuh dalam bahasa Jawa artinya siap. Bahasa ini menunjukkan tingkatan yang sesuai dengan lawan bicara. Sendiko dawuh merupakan bahasa krama inggil yang digunakan untuk berbicara pada orang dengan status yang lebih tinggi. Jemaah gus baha pun menempatkan posisi di bawah beliau sehingga jawaban nderek dawuhe gus, menunjukkan ketaatan pada Jemaah terhadap Gus Baha. Orang Jawa yang menjunjung tinggi nilai kesopanan, tata krama salah satunya ditunjukkan dari bahasa yang digunakan.

Frase lain yang digunakan adalah adem, sejuk, menandakan bahwa isi ceramah gus baha membuat ketenangan jiwa. Interaksi antar netizen pun masih terbilang "aman" dalam artian tidak ada umpatan-umpatan yang membuat panas telinga. Apabila dilihat dari tahapan bentuk komunitas virtual, maka followers santri gayeng @gayengco adalah building karena ada ikatan emosional kuat diantara para anggotanya.

Pada akun Instagram @khodimukum_humaed, melalui studi netnografi dengan analisis media siber yang ditawarkan Rulli Nasrullah, dapat disimpulkan bahwa budaya yang ada pada akun Instagram @khodimukum_humaed, merupakan akun yang tercipta budaya interaksi dengan menggunakan artefak budaya, bahasa, dan model-model tertentu.

Artefak budaya yang ada pada akun @khodimukum_humaed, diantaranya terdapat sebutan khusus untuk ustadz Ilham Humaidi dengan sebutan *"guru"* dalam dialog di antara sesama netizen. Sementara para *followers* menggunakan *"min"* untuk memanggil admin dari @khodimukum_humaed. Kemudian juga terdapat budaya siber yakni tercipta praktik interaksi antara entitas seperti me*repost*, *like*, komentar, *mention*, *direct message* pada akun dari *followers*. Adapun akun @khodimukum_humaed, bagi kehidupan sehari-hari *followers* menjawab permasalahan ibadah, fikih keseharian hingga memenuhi kebutuhan melalui ilmu yang disebarkan lewat akun hingga diaplikasikan di kehidupan nyata.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin. Zainal. Achmad, Rachma Ida. 2018. Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. *The Journal of Society & Media* 2018, Vol. 2(2) 130-145 dalam https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index. Diakses 14 September 2022

Abraham, F., Pengkajian, B., Banjarmasin, I., Yos, J., No, S., Selatan, K., & Hp, T. (2014). Pemanfaatan Media Online Terhadap Interaksi Sosial Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, *Vol. 18 No*, 171–184.

Acta Diurna Komunikasi Universitas Sam Ratulangi Manado. Steve A. J. Muntu, Joanne Pingkan M. Tangkudung, Leviane J.H. Lotulung. Studi Netnografi Pada Media Sosial Instagram.

Adel, S., & Numan, M. (2023). *Ulumuna*. *27*(1), 201–226.

Aditiya, M.Iip. 2021. Pengguna Facebook Indonesia dalam Bingkai Statistik. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/30/pengguna-facebook-indonesia-dalam-bingkai-statistik. Diakses 14 September 2022.

Ahmadi, D. 2005. *Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar.* Bandung: Mediator

Ahuja, S., & Grover, K. (2023). Excessive Use of Social Networking Sites and Intention to Invest in Stock Market among Gen Z: A Parallel Mediation Model. *Journal of Content, Community and Communication*, *17*(9), 63–79. https://doi.org/ 10.31620/ JCCC.06.23/06

Ajeng. Diah, Purwani & Rama Kertamukti. 2019. Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual. Dalam Berkarya Tiada Henti. Yogyakarta: Departemen Sosiologi Fisip UGM. Diakses 15 September 2022.

Amin, S. M. 2013. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.

Amindomi, A. (2018). Serangan di Gereja Yogyakarta: Apakah Beribadah Semakin Tidak Aman? *BBC News Indonesia*. https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-43023720

Amindomi, A. (2019). "Api dalam Sekam" Konflik Aceh Singkil : "Kita Umat Kristen disini merasa terombang ambing." *BBC News Indonesia*. https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-50471436

Amirudin, Amirudin (2018) Antropologi Media: Agama dan Produksi Budaya di Layar Kaca. Undip Press dalam http://eprints.undip.ac.id/62638/ dan https://www.researchgate.net/publication/333921372_Tayangan_Religi_Melekatnya_Dunia_Sosial_dan_Media_Komersial. diakses 17 September 2022

Andi Dwi Riyanto. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/#:~:text=Gambar dibawah ini memperlihatkan data tren pengguna internet,Sosial Aktif%3A 167 juta %2860%2C4%25 dari total populasi%29

Apriani, N. W., & Aryani, N. K. (2022). Moderasi Beragama. In *Kalangwan Jurnal Pendidikan Agama, Bahasa dan Sastra* (Vol. 12, Issue 1). https://doi.org/10.25078/kalangwan.v12i1.737

Arif, M. C. (2012). Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual. *Ilmu Komunikasi*, *2*(2), 172–173.

Aripudin, A., Rahman, M. T., Burhanudin, D., Anwar, S., Salman, I., & Pinem, M. (2022). The spiritual experience of Chinese Muslim minorities post-1998 reformation: A study of Chinese Muslims becoming Indonesians. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, *78*(4), 1–8. https://doi.org/10.4102/hts.v78i4.7648

Aubrey, F. 1986. *Teori-Teori Komunikasi. Bandung:* Rosda Karya.

Aziz, M. A. 2012. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada.

Badan Pusat Statistik. (2021). *BRS Hasil Sensus Penduduk 2020*.

Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, *11*(1), 15. https://doi.org/ 10.20473/jgs.11.1. 2017.15-26

Bowler, Gary M. 2010. "Netnography: A Method Specifically Designed to Study Culture and Communities Online", dalam The Qualitative Report, Vol. 15 No. 5, hal. 1270-1275.

Budi, Viva Kusnandar. 2022. Waspada Bencana Demografi, Ini Proyeksi Penduduk RI 2045. https://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2022/04/19/waspada-bencana-demografi-ini-proyeksi-penduduk-ri-2045. Diakses 12 September 2022

Budiyono, K., Yoga, ;, & Feriandi, A. U. P. M. (2017). Dipublikasikan oleh: Program Studi Bimbingan dan Konseling FKIP Universitas PGRI Madiun MENGGALI NILAI NILAI KEARIFAN LOKAL BUDAYA. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, *1*(1), 92–103. http://regional.kompas.com/ read/201

Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group.

Bungin, B. 2007. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Campbell, H. A. (n.d.). *When_Religion_Meets_New_Media.pdf*. Routledge.

Catherine M. R. & David G., (2004). *Virtual Community Attraction: Why People Hang out Online. Journal of Computer-Mediated Communication*, 10 (1), JCMC10110, https://doi.org/ 10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x

Chang, C. W., & Chang, S. H. (2023). The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude. *SAGE Open*, *13*(3), 1–10. https://doi.org/10.1177/21582440231191741

Choirul. Moch., Arif. 2012. Etnografi Virtual Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.2, No.2, Oktober 2012 ISSN: 2088-981X. Diakses 15 September 2022

Dudy Imanuddin Effendi, Lukman, D., & Rustandi, R. (2022). *Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama*.

Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi* (N. Asri (ed.)).

----------. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.

----------. 2021. *Metode Netnografi (Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial).* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Fenton, A and Procter, C. (2019). *Studying social media communities: blending methods with netnography*. https://doi.org/ http://dx. doi.org/10.4135/9781526468901

Fikrah: Jurnal Ilmu Akidah dan Studi keagamaan).2021. Perilaku Radikalisasi Beragama Masa Pandemi Covid-19 di Provinsi Jambi. Vol. 9 nomor 2 2021 hal. 215-240) DOI :10.21043/fiqrah.v.8i1.9287

Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-teori Komunikasi: Perspektif Mekanistis, Psikologis, Interaksional, dan Pragmatis.* Penerjemah Soejono Trimo, Penyunting Jalaluddin Rakhmat. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Franco-López, J. A., & Vargas-Motato, P. A. (2022). Millennials' permanence in organizations. *Aibi, Revista de Investigación Administración e Ingenierías*, *10*(2), 31–46. https://doi.org/ 10.15649/2346030X.2678

Gefen, D. (2017). Virtual Community Attraction: Why People Hang Out Online Related papers. *Journal of Computer-Mediated Communication,*https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2004.tb00229.x

Glynn, M., Taylor, J., & Every, E. (2002). The Emergent Organization: Communication as Its Site and Surface. Administrative Science Quarterly, 47, 169. doi: 10.2307/3094898.

Hadi, U. (2018). Sedekah Laut Dibubarkan, Sosiolog UGM : Bisa Ciptakan Konflik Sosial. *DetikNews*. https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-4255606/sedekah-laut-dibubarkan-sosiolog-ugm-bisa-ciptakan-konflik-sosial

Hakim, M. L., & Aziz, M. A. (2020). Dakwah Da'i Nahdlatul Ulama dalam Mencegah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, *20*(September), 201–220.

Hanifah, N. (2010). *Penelitian Etnografi dan Penelitian Grounded Theory*. Akademi Bahasa Asing Borobudur.

Harahap, S. R. (2022). Eksistensi Nilai-Nilai Dakwah di Kalangan Generasi Z. *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, *8*(1), 79–99.

Hayes, Harrison, "Netnografi and Qualitative Perspectivation: Building Innovation Platforms". http://www.slideshare.net/lsakoda/netnography-qualitative-perspectivisation [Diakses 14 September 2022].

Henning. (2022). *Mengenal Netnografi: Apa Itu & Mengapa Penting*. LP2M Universitas Medan Area.

Hermawan. (2021). Memahami Arti Ruang Digital Sebenarnya. *Info Bisnis*. https://infobisnis.id/2021/08/19/memahami-arti-ruang-digital-sebenarnya/

Hine, Christine. 2011. *Virtual Ethnography*. London: SAGE Publications Ltd.

Humairah (2018). Respon Remaja Terhadap Video Dakwah Source Of Happiness Pada Akun Instagram Ustadzah Haneen Akira. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41701/1/HUMAIRAH-FDK.pdf. Diakses 13 September 2022.

Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Remaja Rosdakarya.

Ivan Setiawan, Cama Juli Rianingrum, & Acep Iwan Saidi. (2022). Motor Retro Style Dalam Perspektif Kajian Budaya (Studi Kasus Komunitas Motor Retro Di Jakarta). *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, *5*(1), 133–143. https://doi.org/10.25105/jsrr.v5i1.15281

Journal of Pembangunan Jaya University Acreditacion sinta 3 p-ISSN 2337-7313 {e-ISSN: 2597-8624.

Kementerian Agama Kabupaten Wonogiri. (2018). *Berdakwah Dengan Pendekatan Seni & Budaya Islam Sangat Efektif di Masyarakat*.

Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights. In *Global Digital Insights* (pp. 1–103).

Kozinets, R.V. 2013. *Netnography Doing Etnographic Research Online*. Washington DC: Sage Publication Ltd.

Kustadi Suhandang. (2013). *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Leonhardt, M., Brodahl, M., Cogan, N., & Lien, L. (2022). How did the first COVID-19 lockdown affect persons with concurrent mental health and substance use disorders in Norway? A qualitative study. *BMC Psychiatry*, *22*(1), 1–13. https://doi.org/10.1186/s12888-022-03812-7

Lidwina, Andrea.2021. 94% Orang Indonesia Akses Youtube dalam Satu Bulan Terakhir. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir. Diakses 8 September 2022.

Lukitaningsih Ambar. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *13*(2), 119.

Mentari Puspadini. (2021). Intoleransi di Indonesia Capai 54 Persen, Ini Penyebabnya. *MI Metro Tv*. https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/eN43rx1K-intoleransi-di-indonesia-capai-54-persen-ini-penyebabnya#:~:text=Jakarta%3A Hasil survei Wahid Institute menunjukkan tren sikap,cenderung meningkat dari 46 persen menjadi 54 persen.

Miftah. (2022). *Dakwah Komunikasi Visual Dakwah pada Instagram @gayengco (Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)* [IAIN Kudus]. http://repository.iainkudus.ac.id/9374/

Miles, Matthew B. and Micahel Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook. Thousand Oaks.* CA: SAGE Publications Inc.

Monacho, B. C., & Slamet, Y. (2023). The Effect of Influencer Engagement Rate in Increasing Followers of Instagram Official Account. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, *39*(2), 373–388. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3902-21

Morisson. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Muhammad Burhan Bungin. (2013). *Sosiologi Komunikasi Cet.6*. Kencana.

Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyani, R., Yusuf, M., Pujiono, M., Aswani, A., & Dahlan, Z. (2023). Code Choices in Marriage Discourse Preach: A Sociolinguistic Analysis. *World Journal of English Language*, *13*(2), 450–454. https://doi.org/10.5430/wjel.v13n2p450

Murdaningsih, D. (2016). *Netnografi, Cara Unik Pelajari Karakter Percakapan Online Republika Online*. Republika.co.id.

Muvid, M. B. (2023). Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-nilai Islam Rahmatan Lil Alamin. *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *7*(1), 1–14. https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952

Nashrudin, A. (2017). Ekonomi Politik Media : Pada Pemberitaan Pemilukada Banten 2011 Oleh Radar Banten Dan Baraya Tv. *Komuniti*, *Vol. IX Ma*(No. 1), 25–43.

Nasional, D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia/Tim Penyusun*. Pusat Bahasa.

Nasrullah, R. (2015). Internet dan Ruang publik virtual. *Komunikator*, *4*(01).

----------. (2018). *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya Dan Sosioteknologi Di Internet. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.* (Simbiosa R).

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia).* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

----------. 2018. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi Budaya Dan Sosioteknologi Di Internet*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Cybermedia*. Prenada Media.

Nasution, N. A., & Rojiati, U. (2021). Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Gerakan Opini Digital #Skb3Menteri. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, *15*(1), 10–19. https://doi.org/10.38075/tp.v15i1.198

Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, *2*(1), 33–47. https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616

Nn. (2022). Pendirian Gereja ditolak : Penantian 15 Tahun Jemaat, Warganet Pertanyakan Langkah Walikota 'Inikah Namanya Toleransi? *BBC News Indonesia*. https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-62836957

Nurdin, F. (2021). Moderasi Beragama Menurut Alquran dan Hadist. *Al-Mu'ashirah*, *18*(1), 59–70. https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/almuashirah/article/view/10525/5842

Permatasari, Hudaidah, I. (2021). Proses Islamisasi dan Penyebaran Islam di Nusantara. *Jurnal Humanitas: Katalisator Perubahan Dan Inovator Pendidikan*, *8*(1), 1–9. https://doi.org/10.29408/jhm.v8i1.3406

Poloma, M. M. (2013). *Sosiologi Kontemporer Jakarta: Rajawali Pers.* Rajawali Pers.

Poros Onim: Jurnal Sosial Keagamaan Vol. 2 Nomor 1 Juni 2021. 1-19. E-ISSN -4532 [p-ISSN: 2798-0073

Priyowidodo., Gatut Monograf 2019. *Netnografi Komunikasi: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Putri, D. W. (2017). The Virtual Community: Interaktivitas pada Komunikasi Peer--to--Peer di Balik Jaringan Protokol Berbagi Berkas BitTorrent Dhita Widya Putri STIKOM The London School of Public Relations – Jakarta. *Communicare Jurnal of Communication Studies*, *3*(2), 59–71.

Rama Kertamukti (2020). Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual*.* Berkarya Tiada Henti: Departemen Sosiologi FISIPOL UGM. pp. 65-78. ISSN 978-602-6205-38-4 https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/41906/ Diakses 13 September 2022

Republika.co.id. (2016, Februari 10). Pentingnya Memahami Netnografi di Era Digital.http://www.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/02/10/o2bz1w361-pentingnya memahami-netnografi-di-era-digital Diakses 15 September 2022

Republika.co.id. (2016, Februari 15) Netnografi, Cara Unik Pelajari Karakter Percakapan *Online.*https://www.republika.co.id/berita/o5o4sd368/netnografi-cara-unik-pelajari-karakter-percakapan-online Diakses 15 September 2022

RI, D. A. (2005). *Alquran dan Terjemahnya*. Lembaga Percetakan Alquran Depag RI.

RI, K. (2021a). *Kenapa Harus Moderasi Beragama*. Kemenag RI. https://www.youtube.com/watch?v=E63nkXVP4e0

RI, K. (2021b). *Kupas Tuntas Moderasi Beragama*. https://www.youtube.com/watch?v=Jh5_4O2DcUs

Rohman, D. A. (2019). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, *13*(2), 121–133. https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19

Rosid, A. A. (2020). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (Studi kasus akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.

Salmaa. (2023). *Penelitian Etnografi Manfaat, Ciri, Macam, Contoh Lengkapnya*. penerbitdeepublish.com.

Samples, J. (2019). Why the government should not regulate content moderation of social media. *CATO Inst*, *865*, 5–6.

Saputra, W. (2019). *Mind, Self & Society: Pikiran, Diri dan Masyarakat*. Gramedia.

Shihab, M. Q. (2020). *Wasathiyyah Wawasan Islam tentang Moderasi* (Q. SF (ed.)). PT Lentera Hati. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=WwfZDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=moderasi+beragama&ots=P_tS0ZG9VS&sig=BtPnz5J9GIXln9BSukI8rPApthQ&redir_esc=y#v=onepage&q=moderasi beragama&f=false

Simon Kemp. 2022. Digital 2022: Indonesia. https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia. Diakses 17 September 2022

Straubhaar, J. D., Castro, D., Duarte, L. G., & Spence, J. (2019). Class, pay TV access and Netflix in Latin America: Transformation within a digital divide. *Critical Studies in Television*, *14*(2), 233–254. https://doi.org/10.1177/1749602019837793

Sudibyo, A. (2000). Absennya Kajian Ekonomi Politik Media di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, *4*(2), 115–134.

Sugiyono, P. D. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Interpretif Dan Konstruktif*. Edited By Y.Suryandari. Bandung: Alfabeta.

Sulistyaningtyas, T., Jaelani, J., & Waskita, D. (2012). Perubahan Cara Pandang Dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital. *Jurnal Sosioteknologi*, 157–168.

Syafrizal, A. (2015). Islamuna: Jurnal Studi Islam. *Islamuna: Jurnal Studi Islam*, *2*(2), 235–253.

Syeikh Ali Mahfudz. (1970). *Hidayatul Musrshidin, terjemahan Khadijah Nasution* (Usaha Pene). Usaha Penerbitan Tiga.

Umiarso., & Elbandiansyah, 2014. *Interaksionisme Simbolik dari Era Klasik hingga Era Modern.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wahyudi, Arga (2021) Gaya Retorika Dakwah Ustadz H. Ilham Humaidi Pengasuh Majelis Ta'lim As–Shofa Banjarmasin. http://idr.uin-antasari.ac.id/17403/Diakses 13 September 2022.

Wargadiredja, A. T. (2018). Lampu Kuning Meningkatnya Radikalisme di Sekolah-Sekolah Indonesia. *SETARA*. https://setara-institute.org/lampu-kuning-meningkatnya-radikalisme-di-sekolah-sekolahindonesia/#:~:text=Pengguna media sosial di Indonesia terkejut membaca hasil,lebih nyaman dipimpin oleh seseorang yang satu agama.

Wellman, B., & Gulia, M. (1999). Virtual communities as communities: Net surfers don't ride alone. *Communities in Cyberspace*, *8*(3), 167–194.

West, Richard., & Turner, Lynn. H. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi.* Jakarta: Salemba Humanika.

Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, *10*(2), 141–152. https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457

Winata, D. K. (2019). Moderasi Beragama perlu Masuk Ruang Digital. *Media Indonesia*. https://mediaindonesia.com/humaniora/219997/moderasi-beragama-perlu-masuki-ruang-digital

Yasya, W. (2021). *Digitalisasi Hijrah: Analisis Netnografi Komunitas NgeSLOW*. *September*.

Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, *13*(4). https://doi.org/10.3390/rel13040335

Zaini. Akhmad Abar. 2000. Ke Arah Studi "Etno-Media". Jurnal ilmu Sosial & Ilmu Politik Vol. 4, No Z November 2000 https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/11116/8357 Diakses 14 September 2022.

Zainuri, A. (2021). Integrasi Islam dan Budaya Lokal dalam Seni Arsitektur Masjid Kuno di Jawa: Sebuah Tinjauan Umum. *Heritage*, *2*(2), 125–144. https://doi.org/10.35719/hrtg.v2i2.58

Zuhri, S. (2021). Regimented Islamophobia: Islam, State, and Governmentality in Indonesia. *Qudus International Journal of Islamic Studies*, *9*(2), 387–422. https://doi.org/10.21043/qijis.v9i2.8249

BIOGRAFI PENULIS

Armiah, S.IP., M.Si., lahir di Banjarmasin pada 13 September 1974, merupakan seorang akademisi dan peneliti di bidang Ilmu Komunikasi. Ia menyelesaikan pendidikan S-1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisipol) dengan konsentrasi pada Ilmu Komunikasi di Universitas Gadjah Mada (UGM). Gelar master (S-2) diperolehnya dari Universitas Padjadjaran (UNPAD) dengan fokus pada Ilmu Komunikasi di bidang Sosial.

Pengalaman penelitian Armiah mencakup berbagai aspek, termasuk netnografi dakwah di media sosial dengan judul "Netnografi Dakwah Pada Akun Media Sosial KH. Ilham Humaidi, KH. Ahmad Bahauddin Nursalim, dan KH. Makruf Khozin" pada tahun 2023. Selain itu, ia juga meneliti pengaruh motivasi dan intensitas mengakses media sosial terhadap perilaku berbagi konten Islam pada mahasiswa UIN Antasari pada tahun 2022. Pada tahun 2019, Armiah mengambil peran dalam studi tentang strategi komunikasi pemasaran dalam pengelolaan wisata religi di Kabupaten Banjar dan Kota Banjarmasin.

Dalam dunia penulisan artikel ilmiah, Armiah telah berkontribusi pada berbagai jurnal ternama. Beberapa artikel ilmiahnya antara lain "*The Influence of Motivation for Sharing Gen-Z Islamic Content on Social Media*" yang diterbitkan di Jurnal Mediator pada tahun 2023, serta "*Political Apathy in Protecting Residents on Environmental Problem in Banjarmasin City: Perspective from Residents in the Kelayan Riverbank*" yang dimuat di Jurnal Studi Sosial dan Politik pada tahun 2022. Artikel lainnya mencakup "Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial" di Jurnal Al-Hadharah tahun 2021 dan "Strategi Dakwah Islam Dalam Iklan Produk Halal di Media" di Jurnal Al-

Hadharah tahun 2015. Seluruhnya menunjukkan kontribusi Armiah dalam menggali dan memahami berbagai aspek komunikasi dan dinamika sosial.

E-mail: armiah@uin-antasari.ac.id

Risqiatul Hasanah, M. Sos, lahir di Bangkalan pada 17 Mei 1987, adalah seorang penulis dan akademisi yang telah memberikan kontribusi signifikan dalam bidang dakwah dan keilmuan. Saat ini, ia tinggal di Kasturi 2, Jalan Tambak Langsat, Komplek Griya Ramania 6 Blok A5, RT/RW: 29/06, Kelurahan Syamsudin Noor, Kecamatan Landasan Ulin Tengah, Banjarbaru.

Risqiatul Hasanah memiliki sejumlah karya tulis yang mencerminkan pemahamannya yang mendalam terhadap dakwah dan budaya. Ia pernah menjadi penulis opini untuk Radar Sorong pada periode 2013-2014. Salah satu karyanya yang mencuat adalah "Analisis Tradisi dalam Pesan Dakwah Budaya Mandi Safar pada Masyarakat Muslim Seram Bagian Timur," yang dipublikasikan di Jurnal Al-Hadarah pada tahun 2021. Selain itu, ia juga menulis buku berjudul "Pengantar Ilmu Dakwah," yang diterbitkan oleh Zahir Publishing pada tahun 2023.

Risqiatul Hasanah menempuh pendidikan dari tingkat dasar hingga pendidikan tinggi. Pendidikan dasarnya di SDN Purwokerto 1, Kabupaten Kediri, pada periode 1993-1999, dilanjutkan dengan pendidikan menengah di MTs. Raudlatut Thalabah, Kabupaten Kediri, pada periode 1999-2002, dan MAN II Kota Kediri, pada periode 2002-2005. Ia melanjutkan studi S1 di Bidang Pendidikan Islam (BPI) di STAIN Sorong, Papua Barat, pada periode 2009-2013. Setelah itu, Risqiatul Hasanah melanjutkan pendidikan S2 di Bidang Komunikasi Pendidikan Islam (KPI) di UIN Sunan Ampel Surabaya

pada periode 2014-2016. Selama masa pendidikannya, Risqiatul Hasanah juga aktif dalam berbagai organisasi, termasuk menjadi anggota HMJ Dakwah pada tahun 2010-2012 dan menjabat sebagai Ketua PC IPPNU Kota Sorong pada periode 2012-2014.

Email : risqiatulhasanah@uin-antasari.ac.id

Nur Falikhah, lahir di Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah pada tanggal 29 Oktober 1983. Dosen tetap di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ilmu Budaya jurusan Antropologi Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2006. Di tahun yang sama ia pun melanjutkan studi S2 dengan jurusan Studi Kependudukan di Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dan selesai tahun 2008.

Selain mengajar, ia kerap dipercaya mengisi workshop mahasiswa terkait penulisan karya ilmiah. Ia juga menjadi editor di jurnal alhiwar. Minatnya pada isu-isu seputar kependudukan serta tradisi dan budaya masyarakat membawanya pada Koalisi Kependudukan untuk Indonesia dan juga Asosiasi Antropologi Indonesia Kalimantan Selatan. Ia mengajar mata kuliah Demografi Kependudukan dan Antropologi / Antropologi Agama.

Penelitian yang pernah dilakukan diantaranya yaitu Mistisisme dalam Slametan; Kondisi Kerentanan dan Strategi Kelangsungan Hidup Rumah Tangga PNS Golongan I dan II (Studi Kasus DPKKD dan DPLH Kota Magelang); Pemberitaan Osama Bin Laden pada Surat Kabar Harian Republika dan Kompas (Sebuah Studi Analisis Framing) (Kelompok 2011); Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Literasi Media Televisi pada Mahasiswa Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari (Kelompok

2013); Penilaian Pengguna Lulusan Terhadap Kualitas Mahasiswa PKL dan Lulusan (Alumni) Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari Banjarmasin (Kelompok 2015); Efektivitas Video Youtube Manasik Haji Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah (Studi Kasus pada Masyarakat Kalimantan Selatan) (Kelompok 2021); Pengaruh Motivasi dan Intensitas Mengakses Media Sosial terhadap Perilaku Sharing Konten Islami pada Mahasiswa UIN Antasari (Kelompok 2022); dan Netnografi Dakwah Media Sosial ustadz H. Ilham Humaidi dan KH. Ahmad Bahaudiin Nursalim (Kelompok 2023).

Publikasi ilmiah diantaranya Keluarga Berencana, Tinjauan Demografi dan Dakwah,(Jurnal Al-hadharah Vol 10 Nomor 20, Juli-Desember 2011); *Slametan dalam Masyarakat Laguna (*Studi dengan Pendekatan Antropologi Agama) Jurnal Al-Hadharah Vol 10 No 19 Jan-Juni 2011); *Santet dan Antropologi Agama* (Jurnal Alhadharah Vol 11 No.22 Juli-Desember 2012); Permasalahan Kependudukan di Provinsi Kalimantan Selatan, Jurnal Al-hadharah Vol 12 No 24 Juli-Desember 2013; ASI dan Menyusui Tinjauan Demografi Kependudukan (Tahun 2014); Penjelasan Deskriptif Dalam Ritual Kurban (Studi Kasus Mahasiswa KPI dan BPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi (Tahun 2015); Bonus Demografi : Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia (Tahun 2017); The Influence of Motivation for Sharing GenZ Islamic Content on Social Media (Tahun 2023); Da'wah Cultural Through Tolak Bala Ritual ini Kuin Besar Village (Tahun 2023); The Role of Religious Counselor in KUA, North Tapin District, Tapin Regency in Preventing Early Marriage (Tahun 2023).

Siti Khodijah, S.S, M.Pd lahir di Pasuruan pada 19 September 1986. Ia mengawali Pendidikannya di SDN Sambisirah II-III (1993-1999), kemudian melanjutkan ke SLTPN 01 Wonorejo (1999-2002), dan MA Almaarif Singosari (2001-2005). Gelar sarjana (S1) diperolehnya dari UIN Maulana Malik Ibrahim pada tahun 2010 dalam bidang Ilmu Komunikasi. Sementara itu, gelar magister (S2) diraihnya dari Universitas Islam Malang pada tahun 2015.

Dalam karir akademiknya, Siti Khodijah pernah menjadi Tutor Bahasa Inggris di Pondok Pesantren Al-Qodiri, Pasuruan (2008-2012), Guru di SMK Kesehatan Alyasini, Pasuruan (2012-2014), dan Teacher Partner of English Subject di SMA Alyasini, Pasuruan (2014). Sejak Februari 2016, ia menjadi Dosen di IAIN Jember dan juga menjabat sebagai staf di UPB IAIN Jember.

Siti Khodijah telah menghasilkan sejumlah karya ilmiah, antara lain "*A Modality on Crash Movie" (2010), "Textual Analysis on Argumentative Writing*" (2015), dan "Implikatur pada Pidato Susilo Bambang Yudhoyono (Sebuah Kajian Pragmatik)" (2016). Selain itu, ia juga telah menulis beberapa buku, seperti "*Diktat Speaking I*" (2016) dan "Pengantar Ilmu Dakwah" (2023) yang diterbitkan oleh Zahir Publishing.

Pengabdian dan penghargaan juga menjadi bagian dari kontribusinya, seperti menjadi moderator Diskusi Periodik (2017), pembicara dalam *English Camp* (2018, 2020), juri pada *Esa's Got Talent* (2019), serta menjadi pembicara dalam *Workshop* Penguatan Literasi Berbasis Keluarga di Kabupaten Jember (2021). Sebagai akademisi yang berdedikasi, Siti Khodijah terus berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penguatan literasi di masyarakat.

E-mail: sitikhodijah@uinkhas.ac.id

LDNU

LEMBAGA DAKWAH
NAHDLOTUL 'ULAMA

LTN-NU

LEMBAGA TA'LIF WAN NASYR
NAHDLOTUL 'ULAMA

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

ANTASARI

BANJARMASIN

PENA
CENDEKIA